

Índice de anexos

ÍNDICE DE ANEXOS	1
ANEXO A: ESTUDIO DEL MÉTODO DEL CASO (BILL GILLHAM).....	5
A.1. Estudio del caso de investigación. Principios Fundamentales	5
A.2. La dimensión cualitativa	9
A.3. Los preliminares de la investigación	10
A.4. La evidencia: preocupación primaria.....	12
A.5. La evidencia: ¿qué hay que buscar?	15
A.6. Recogiendo material escrito y electrónico	21
A.7. La observación.....	23
A.8. La entrevista	26
A.9. Los datos cuantitativos	28
A.10. Los objetos físicos.....	29
A.11. El informe de investigación: análisis y presentación de las conclusiones.....	30
ANEXO B: EL DESARROLLO DE UN CUESTIONARIO (BILL GILLHAM)	33
B.1. Los pros y contras de los cuestionarios	33
B.2. Preparación	34
B.3. Elección de preguntas y respuestas	35
B.4. Diseño del cuestionario.....	37
B.5. Envío y retorno del cuestionario	38
B.6. Análisis de los resultados	40
B.7. Análisis de preguntas abiertas	41
B.8. Análisis estadísticos de cuestiones cerradas	42
B.9. Presentación de los datos de la investigación.....	43
ANEXO C: ENVÍO DE LA ENCUESTA	45
C.1. Correo electrónico de presentación	45
C.2. La encuesta	46
C.2.1. Datos generales del programa.....	46
C.2.2. Organización del programa.....	47
C.2.3. Actividades del programa	50



C.2.4. Financiación del programa	53
C.2.5. Emprendedores y empresas del programa	55
C.2.6. Resultados del programa	57
C.2.7. Observaciones	58
ANEXO D: DATOS GENERALES E INFORMACIÓN GENERAL DE LOS PROGRAMAS INVESTIGADOS	59
D.1. Universidad Autónoma de Madrid	59
D.2. Universidad de Oviedo	61
D.3. Universidad del País Vasco.....	64
D.4. Universitat Jaume I de Castelló	66
D.5. Universidad de Salamanca.....	67
D.6. Universitat Politècnica de Catalunya	69
D.7. Universitat de la Salle – Universitat Ramon Llull	71
D.8. Universitat de Girona.....	73
D.9. U.N.E.D. – Universidad Nacional de Educación a Distancia.....	75
D.10. Universidad de A Coruña	77
D.11. Universitat Autònoma de Barcelona	79
D.12. Universidad Carlos III de Madrid.....	81
D.13. Universidad de Deusto	83
D.14. Universidad Europea de Madrid	85
D.15. Universidad de Málaga	87
D.16. Universitat Miguel Hernández d’Elx	88
D.17. Universidad de Navarra	90
D.18. Universidad Pontificia de Comillas de Madrid.....	92
D.19. Universidad Pública de Navarra	94
D.20. Universidad de Santiago de Compostela.....	95
D.21. Universidad Politécnica de Madrid	98
D.22. Universitat de Barcelona	101
ANEXO E: TABLAS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA	103
E.1. Unidades que respondieron a la encuesta.....	103
E.2. Perfil del responsable	104
E.3. Ubicación y espacio dedicado a los programas.....	105
E.4. Plazas de incubadora.....	106



E.5. Número de trabajadores y tipo de tareas desarrolladas.....	107
E.6. Tabla de presupuestos de los programas.....	108
E.7. Financiación	109
E.7.1. Financiación de las empresas	109
E.7.2. Aportación del capital.....	110
E.7.3. Participación en el capital	111
E.8. Actividades	112
E.8.1. Promoción del programa.....	112
E.8.2. Promoción de la cultura emprendedora.....	113
E.8.3. Actividades y servicios.....	114
E.9. Emprendedores y empresas	115
E.9.1. Selección y perfil del emprendedor.....	115
E.9.2. Valorización de los criterios o factores principales en la selección del emprendedor	116
E.9.3. Selección de proyectos	117
E.9.4. Permanencia y seguimiento de los proyectos empresariales	118
E.10. Resultados	119
E.10.1. Evolución del número de empresas creadas, evolución del número de consultas recibidas y número de proyectos en marcha actualmente.....	119
E.10.2. Tipología de las empresas creadas e índices de supervivencia	120





ANEXO A: ESTUDIO DEL MÉTODO DEL CASO (BILL GILLHAM)

A.1. Estudio del caso de investigación. Principios fundamentales

El caso es una unidad de actividad humana integrada en el mundo real; que solo puede ser estudiada y entendida en un contexto que existe aquí y ahora, y con el cual se combina para que los límites precisos sean difíciles de describir.

El caso puede ser un caso simple o individual (cuando se refiere a un grupo, una institución o una comunidad), o bien puede tratarse un caso múltiple.

Un estudio del caso investiga los aspectos reseñados para responder a cuestiones de investigación, así como también busca un abanico de diferentes tipos de evidencia. Esta evidencia, que se encuentra en el contexto, tiene que estar abstraída y confrontada con tal de conseguir las mejores respuestas posibles.

Ningún tipo de evidencia, por sí sola, es suficientemente válida. Así, el uso de múltiples tipos de evidencia, cada uno con sus fortalezas y con sus debilidades, es una característica clave para el estudio del caso de investigación. Otra característica fundamental es que no podemos empezar con nociones técnicas 'a priori' (provenientes o no de estudios anteriores sobre la materia) por que hasta que no se consigan tener los datos ni entender el contexto, no se podrá conocer qué teorías funcionan mejor o cuales tienen más sentido.

Fundamentos de la investigación

En este punto tenemos que dar un paso atrás y considerar algunos de los principios fundamentales de la investigación en general, y del estudio del caso en particular.

Según la filosofía positivista afirmaba, sólo podía ser objeto de estudio aquello que fuera observable y verificable (excluyendo así los fenómenos subjetivos o teorías no verificables). El estudio del caso de investigación no se ha tratado como objeto de estudio científico hasta ahora recientemente, ya que hasta ahora no formaba parte de los estudios de ciencias naturales pertenecientes a la filosofía positivista. La investigación propicia nuevos conocimientos en cuanto a disciplinas como historia,



medicina, física o trabajo social.

El nuevo material de la investigación es la evidencia. Actualmente la palabra evidencia es utilizada en dos sentidos principales:

1. Para referirnos a los descubrimientos de investigación científica, usualmente lo hacemos a aquellos llevados a cabo en forma de experimentos, o más bien de investigaciones controladas para producir resultados probados de gran importancia. Así, mucha gente relaciona esta evidencia en la investigación con la evidencia científica.
2. O bien para referirnos a parte del proceso de un juicio (en los tribunales de Justicia i en las investigaciones judiciales) donde las alegaciones y intereses pueden ser verificados o no.

La evidencia científica está, en cierto sentido, creada. Es un resultado, una conclusión de los métodos de investigación utilizados. No existía con anterioridad.

Por otro lado la evidencia judicial es algo a investigar y tiene que ser descubierto y testificado, con argumentos razonables. En este sentido la evidencia como resultado de técnicas de investigación es rechazada.

También podemos clasificar el primer tipo de evidencia dentro del modelo de las ciencias naturales, más importantemente comprometidas con los aspectos materiales de nuestro mundo. Las principales disciplinas son la Física (el estudio del movimiento y de las interacciones de la materia) y la Química (la investigación de las propiedades de las sustancias naturales y artificiales). Ambas disciplinas están interesadas en el desarrollo de la evidencia y en teorías o leyes generalizables. Con sustancias inanimadas y sus actividades los científicos pueden hacer lo que quieren. Manteniendo algunas condiciones constantes, pueden manipularse otras para ver qué resultados se obtienen. De este modo no están provistos de efectos peligrosos y los científicos pueden realizar lo que quieran con los materiales naturales. No existen problemas éticos y los materiales no van a quejarse ni van a tratar de saber qué les están haciendo.

Pero con los seres humano existen grandes limitaciones a aquello que puede hacerse al manipular las condiciones, ya que podrían afectar al comportamiento humano. Aunque no hubiera ninguna barrera ética habría otros problemas en el hecho de ser “objetivamente científico”. Los experimentos funcionan mejor cuando los sujetos desconocen la actividad (el experimento) o no la ven como algo importante, así como cuando los sujetos son tratados como compañeros de la investigación.

Pero existe un segundo problema con los experimentos: en un intento por conseguir resolver las cuestiones fundamentales de la investigación, los científicos



pueden llegar a mostrar abiertamente sus procedimientos con el fin que se realicen con condiciones de laboratorio controladas.

La investigación casi-judicial o naturalista

Ambos estilos de métodos de investigación son legítimos, tanto el perteneciente al estilo de las ciencias naturales como al estilo naturalista. La pregunta clave que hay que hacerse es, ¿es apropiado el método de investigación usado para el fenómeno del que se ocupa? En otras palabras, el método usado implica que los elementos importantes sean omitidos o restringidos?

Nuestro argumento aquí es que los ataques a la ciencia de tipo experimental son impropios debido a la complejidad, al carácter integrado y a la especificidad de los fenómenos de la vida real.

Este punto pasado de la especificidad de los fenómenos es clave. La investigación del estilo de las ciencias naturales está dirigida a conclusiones generalizables (las cuales pueden tener implicaciones generales para la teoría). Pero en el comportamiento humano, la generalización de un grupo de gente a otro, o de una institución a otra, es a menudo sospechosa – ya que hay demasiados elementos que son específicos en ese grupo o en esa institución.

El investigador naturalista se diferencia del investigador del tipo experimental de otro modo importante debido a este grado desconocido de especificidad, así como a la unicidad de los hechos y a como son explicados. En el caso del investigador del estilo de las ciencias naturales se estudia lo realizado con anterioridad y se resuelve si las conclusiones y las teorías existentes son adecuadas. Si se siente que los datos obtenidos no son ciertos aquí o que las teorías existentes necesitan probarse o desafiarse, se debe establecer un procedimiento experimental para aportar nuevos datos para probar estas teorías. En esto se basa el modelo deductivo, en usar un procedimiento predeterminado de investigación.

Pero quizás la principal distinción entre los dos estilos se ve en el mayor interés de la investigación naturalista del estudio del caso en la subjetividad: con significado fenomenológico. Esto no significa que deba ignorarse el objetivo (lo que hace la gente, lo que los recuerdos muestran,...) pero tampoco el elemento cualitativo: como la gente se conoce a sí misma, o hacia donde va – que mentiras existen detrás de la más objetiva evidencia.

Tampoco significa que se deban ignorar los resultados pero si se deben buscar las razones fundamentales – en los sentimientos o percepciones de la gente, o en sus experiencias, o en lo que les pasa. Este interés con el proceso (dirigido hacia los



resultados) puede ser clave para entender que se necesita hacer para cambiar las cosas.

Todo esto significa que el investigador naturalista no es un científico destacado, pero sí un observador participante que reconoce (y busca) su papel en el cual se muestra. Una investigación no será neutra; tiene su propia dinámica y tendrá sus efectos (sobre individuos, sobre instituciones) con precisión porque alguien hay preguntando, clarificando procedimientos, recogiendo datos.

Mucho se ha tratado en este primer apartado aunque sea difícil de comprender en su totalidad. La tabla a.1 resume (en lo que tiene que ser reconocido como una oposición bastante artificial) las diferencias entre los dos enfoques de la investigación.

ENFOQUE POSITIVISTA/INVESTIGACIÓN DE ESTILO DE CIENCIAS NATURALES	ENFOQUE NATURALISTA /INVESTIGACIÓN DE ESTILO CASI-JUDICIAL
Énfasis en:	Énfasis en:
<ul style="list-style-type: none"> • Métodos experimentales • Teorización deductiva, es decir pruebas de hipótesis • Diseño de investigación predestinado • Objetividad • Independencia • Datos cuantitativos para determinar la importancia de los resultados • Importancia de los resultados. • Demostración de los cambios que ha habido • Datos generalizables buscados • Aislamiento de los elementos del comportamiento para la investigación • Construcción de la evidencia 	<ul style="list-style-type: none"> • Métodos no experimentales • Teorización inductiva, es decir búsqueda de hipótesis • Diseño de investigación inesperado • Subjetividad • Participación • Datos cualitativos para dar sentido a los resultados • Significado del proceso que conduce a los resultados • Significado de los cambios que ha habido • La generalización es considerada como sospechosa: la especificidad del contexto de los datos es reconocida • La importancia del contexto en la forma del comportamiento • Búsqueda de la evidencia en el contexto

Tabla a.1

Como todas las comparaciones opositoristas los contrastes son aquí demasiado simples y demasiados fuertes, pero las dimensiones de las comparaciones son esencialmente correctas. Sin embargo, en el capítulo que sigue se hablará de la



combinación o de la interrupción de las barreras hipotéticas.

A.2. La dimensión cualitativa.

Cualitativa es una de esas palabras que tienden a desconcertar a la gente. Los estudiantes utilizan a veces en los exámenes las palabras cualitativa y cuantitativa en lo que es claramente sólo una noción poco clara de su significado.

Los métodos cuantitativos son los que implican contar y medir: algo muy temido de la estadística. La estadística puede ser de dos tipos: la descriptiva y la deductiva. La estadística descriptiva hace referencia a promedios (por lo general llamado media) que describen datos de una manera resumida. La estadística deductiva es la que nos permite dibujar inferencias y datos cuantitativos potencialmente significativos.

Los métodos cualitativos son esencialmente descriptivos y deductivos en el carácter y, por esta razón, a menuda se ven como flexibles. Pero la descripción y la deducción son también necesarias en la investigación científica. Pueden obtenerse resultados estadísticos significativos, pero estos tienen que estar descritos e interpretados: los hechos no hablan por sí solos – alguien debe hacerlo por ellos. Y es aquí cuando la distinción entre cuantitativa y cualitativa empieza a estropearse.

Los métodos cualitativos se concentran principalmente en la clase de evidencia (lo que la gente dice, lo que la gente hace) que le permitirá entender el significado de lo que pasa. La gran fuerza es que estos pueden resolver preguntas y explicaciones posibles: esencialmente una búsqueda del significado – como toda investigación.

¿Qué permiten hacer los métodos cualitativos?

1. Realizar una investigación donde otros métodos – como los experimentos – no sean practicables ni éticamente justificables.
2. Investigar situaciones donde se conozca poco como son y que es lo que pasa. La investigación formal puede venir más tarde.
3. Explorar las complejidades que están más allá del alcance de accesos más controlados.
4. Infiltrarse en un grupo u organización para averiguar qué pasa realmente – la realidad informal que sólo puede ser percibida desde el interior.
5. Ver el caso del revés: verlo desde la perspectiva del implicado.
6. Realizar la investigación en procesos que conducen a resultados más bien que los resultados mismos.



¿Qué es lo que se busca en una investigación cualitativa?

Lo que se busca es que todos los investigadores en todas las disciplinas estén interesados con:

- La evidencia.
- La teoría.

Se necesitaron los hechos – imperfectos aunque tienen que existir, así como ser capaces de entenderlos o explicarlos.

La teoría es algo creado por los investigadores. Tanto puede producirse que ellos modifiquen la teoría existente como que comiencen desde el principio. La mayoría de las teorías (explicaciones) sacadas de este modo pueden ser aspectos generalizables del estudio del caso de investigación.

Pero la teoría no es primaria; la evidencia en cambio sí es primaria. Muchos investigadores intentan comprender sus datos en un marco teórico equivocado; quizás porque no les gusta pensar por sí solos...

El investigador en el estudio del caso, trabajando inductivamente con lo que se encuentra en el planteamiento de la investigación, desarrolla la teoría establecida: la teoría establecida en la evidencia en la que está dirigida.

La evidencia en el mundo real es de varios tipos y ninguno de ellos es el perfecto. Esto tiende a la precipitación (al menos en el pensamiento) en el análisis y teoría en las primeras etapas de la investigación. Hay que tomarse tiempo; otras evidencias pueden calificar, o complicar, o contradecir lo que se obtenga demasiado pronto. Muy ampliamente, el investigador del estudio del caso debe esforzarse en mantener la mente abierta, continuar en la búsqueda de datos y aplazar un primer análisis antes que la recolección de datos sea comprensiva.

A.3. Los preliminares de la investigación

Los primeros pasos esenciales

En la investigación experimental tradicional, el primer paso debe repasar los estudios realizados con anterioridad: averiguar lo que ya se conoce, de qué se carece y qué se necesita para conseguir nuevas evidencias para asegurar la teoría ya existente. Habrá algunas guías sobre métodos, algunas investigaciones preliminares, muchas reflexiones creativas, pero hay que poner el principal énfasis en lo que se describe. Porque el objetivo es alcanzar adiciones generalizables al conocimiento que tengan implicaciones para la teoría.



El investigador del estudio del caso afronta una situación bastante diferente. Su caso tendrá características desconocidas y sumamente específicas. Leer estudios ‘en vacuo’ puede significar que esto sea inadecuado, que no sea pertinente, así como deberían desecharse los objetivos de la investigación y las cuestiones que hayamos sacado de éstos.

Esto no significa que los estudios ya realizados anteriormente no sean importantes; llegaremos a conocer la utilidad de muchos de ellos. Pero esto tiene que hacerse en paralelo al conocimiento del caso en su contexto. En principio tiene que haber este tipo de interacción – una forma de diálogo. Entonces los primeros pasos a dar serían los siguientes:

- Leer los estudios relevantes (con mayor probabilidad de serlo).
- Llegar a conocer el caso o casos en su planteamiento.
- Decidir, no de una manera concentrada, cuáles son ampliamente sus objetivos.
- Empezar con conseguir obtener resultados de investigación en la forma.

No hay que precipitarse en la realización de su investigación práctica, porque si se hace sin el tiempo adecuado estos primeros pasos de la investigación no se fundamentarán en algo correcto, y serán una pérdida de tiempo.

Objetivos y preguntas

La mayoría de la gente empieza su trabajo de investigación con un amplio objetivo en mente. A menudo, en la investigación los objetivos amplios permanecen igual. Sus cambios y su desarrollo son un planteamiento de las cuestiones de investigación. Estos surgen en respuesta a las preguntas que nos hagamos nosotros mismos, ¿qué se tiene que averiguar para alcanzar el objetivo?

El hecho es que las preguntas nuevas surgen y se pueden llegar a cambiar radicalmente si se llega a conocer de primera mano el contexto del caso.

La importancia de enmarcar la dirección de la investigación en forma de preguntas se debe a que entonces esto conllevará a considerar los métodos a usar: ¿cómo se contestarían aquellas preguntas?, ¿qué información se necesita y cómo afrontarlo para conseguirla?

La formulación de buenas preguntas representa la parte más importante de un procedimiento de investigación. En la investigación en un mundo real estas cuestiones no son fáciles de alcanzar y tendrá que perderse mucho tiempo para lograrlas así como llegar a modificarlas. Las buenas preguntas para la investigación son las que permiten alcanzar el objetivo, el cual tiene capacidad de respuesta en el planteamiento



de la investigación. Es decir, no deben utilizarse aquellas preguntas que no tengan respuesta.

En un mundo real existirán siempre restricciones a aquello que el investigador puede hacer – éticas, prácticas, en particular evitar hacer la vida difícil a aquella gente que tenga otras cosas en qué pensar. Entonces, el investigador debe buscar el equilibrio entre lo que se quiere averiguar y el planteamiento que se permita hacer. Hay un aspecto positivo en esto: pueden existir potencialidades no realizadas.

Tratando de tener una mente abierta

Una amplia estrategia en el estudio del caso de investigación consiste en empezar recogiendo y buscando datos con la mente tan abierta como sea posible. Una dificultad particular con la que se puede encontrar consiste en que se acarrea con demasiado bagaje conceptual. Bien, como sabemos lo que sentimos nosotros y, el ser humano, podemos fácilmente asumir que esto nos ofrece una comprensión privilegiada de otros en situaciones similares. Esta gran familiaridad puede llegar a cegarnos y a cerrar nuestras mentes.

El investigador necesita estar alerta ya desde el principio. Se tiene que tomar la postura que tienen los antropólogos sociales cuando van a estudiar una cultura totalmente diferente a la propia. El marco que ellos toman es una estrategia creciente para llegar a la evidencia – detallar la evidencia, la cual surgirá gradualmente. El análisis, la clasificación, la categorización y la teorización deben ser aplazadas por el momento.

Esto no es fácil. Una limitación básica del conocimiento humano que estamos obligados a entender consiste en tener sensación de lo que se experimenta. El nuevo conocimiento principalmente es interpretado en condiciones que ya se saben, antes de que se demuestre que su marco es tan inadecuado que necesita una reorganización radical. En la investigación se conoce esto como un cambio de paradigma – un cambio completo de la manera cómo entendemos o teorizamos sobre el objeto de estudio.

A.4. La evidencia: la preocupación primaria

Toda evidencia tiene algún uso para el investigador del estudio del caso. Esto irá variando según la importancia, la honradez o la entereza (aunque no se conozca en un principio). Se irá acumulando. Debido a que esto puede hacerse de manera



desordenada y por lo tanto, será difícil de tener acceso – hay que organizarse en cuanto a esto, principalmente clasificando las diferentes clases de evidencia. Tiene que mantenerse una base de datos del estudio del caso (el informe del cual será escrito después del análisis).

En segundo término hay que tratar de mantenerse despierto a la necesidad de múltiples fuentes de evidencia. Esto no solamente consiste en dirigirse a mucha gente diferente pero sí que hay que buscar los diferentes tipos de evidencia: lo que la gente dice, qué se les ve hacer, qué hace la gente, qué muestran los documentos y los registros.

Al final, hay que presentar toda esta evidencia de una forma narrativa que Yin (en “La investigación en el Método del Caso: el Diseño y los Métodos”, 1989) califica como una cadena de evidencia, es decir que cada elemento clave o eslabón de la cadena se apoyará o se relacionará a un tipo diferente de evidencia.

Diferentes tipos de evidencia

Es muy útil tener una lista con los diferentes tipos de evidencia porque es fácil olvidarse de un tipo o de otro. Estas son las clases principales:

1. Documentos. Puede tratarse de cartas, declaraciones políticas, regulaciones, directrices. Estos proporcionan un marco formal al cual debe relacionarse la realidad informal.
2. Registros. Estos son cosas que pueden volver a aparecer, pero que pueden ser de utilidad en la situación presente. Estos pueden ser guardados en archivos informatizados.
3. Entrevistas. Es un término inadecuado para los diferentes modos en que la gente puede dar la información. Es decir puede tratarse de algo más informal que una entrevista propiamente dicha, como por ejemplo una discusión espontánea. O también de algo más formal como un breve cuestionario (no sería lo habitual en un estudio del caso, pero no sería tampoco inadmisible).
4. Observación estructurada. Es como el acercamiento de una mosca a la pared, y muy diferente a lo que se llama información participante. Se usa principalmente cuando hay que ser muy sistemático en una observación.
5. Observación participante. Es el tipo de evidencia más habitual en el estudio del caso – es donde se encuentra el planteamiento del caso – y más aún si se trabaja allí mismo, pero tratando que oídos y ojos se encuentren al tanto en todo momento, para notar todo lo que nos podría pasar por alto. Este tipo de recolección de datos habría que mantenerlo mediante un registro escrito de una



manera importante.

6. Ojetos físicos. Aquí tratamos con cosas creadas o producidas. A veces, esta clase de evidencia es la más importante.

El mantenimiento de una parte de la investigación

Una parte de la investigación puede realizarse de forma informatizada pero es aún más habitual mantenerla de forma manual: puede ser ideal utilizar un típico bloc de notas de secretaria. Esto es porque puede acompañarnos a todas partes. En él deberían anotarse dos clases principales de cosas:

- La evidencia de un tipo o de otra: una discusión que se haya oído en una sala de personal; un comentario relativo a uno mismo; alguna cosa que se haya observado (por ejemplo, un trabajador pasando por un procedimiento de seguridad). Esto puede estar muy fragmentado, puede no ser representativo, pero es algo que ha ocurrido: de esta manera podemos afirmar que ha habido una evidencia. Es necesario seguir este procedimiento ya que es típico, representa cosas reales, etc.
- Anotaciones personales: preguntas que son necesarias para reflexionar; las ideas que pueden venir a la cabeza; algún informe que se haya oído y del cual se tenga que conseguir una copia; el nombre de alguien que se tenga que consultarle; una estadística a comprobar; etc.

Lo que anotemos en un diario (bloc de notas) viene a ser un resumen del principal (aunque no siempre: ya que ha veces se tendrá la necesidad de registrar a fondo una observación en toda su amplitud). Lo escrito de manera inmediata puede llegar a ser lo mejor: un hábito que puede ahorrarnos muchos problemas. En cualquier caso, anotando cosas, aunque de manera muy resumida, puede ayudar después a clarificar cosas y el enfoco de la mente. Esto será parte de la disciplina de investigación.

Así, hay que conservar con cuidado estos diarios. Pero hay que hacer más que esto. Debido a que son escritos a menudo a toda prisa, sería una buena disciplina el hacer una transcripción diaria y exacta a través de un procesador de textos. También se podría codificar mediante diferentes colores el contenido, en particular, las evidencias y los apuntes personales, y separarlos en archivos distintos.

Entonces se tendrán los apuntes disponibles para uno mismo y para otros de manera legible, y en formato fácilmente accesible.

Como la recolección de datos va progresando (y se van acumulando) nos iremos moviendo a través de datos crecientes y a través de decisiones más enfocadas y selectivas a lo que nos concentramos. Las decisiones sobre esta necesidad deben



ser registradas y justificadas en las revisiones.

Los procedimientos de análisis de datos (que van a ordenarse y presentarse en las conclusiones) son cada vez más importantes a medida que la investigación va avanzando. En algún momento de la obtención de datos esta tendrá que pararse durante algún tiempo. De alguna manera se tiene que reducir esta gran masa de datos. Existen técnicas estándar para el análisis de diferentes clases de datos – tal como se describirá en capítulos posteriores que se ocupan de diferentes clases de evidencia. Pero de la misma manera que la evidencia en el estudio del caso puede ser peculiar o específica al caso en cuestión, el análisis también tiene que ser apropiado y no debe deformar las conclusiones. Esto puede significar que se tenga que ser creativo acerca de los métodos o del análisis. Hay que tener en cuenta que el objetivo del análisis es el de reflejar fielmente y de forma resumida y organizada que es lo que se ha encontrado.

Un término clave en la investigación naturalista es la honradez. Aunque existan los investigadores fraudulentos, sus resultados, métodos y conclusiones no son realmente satisfactorios debido a la carencia de honradez. Pero la interpretación de datos de investigación va más allá de ser únicamente un asunto de buenas intenciones. Esto requiere disciplina y concentración con tal de presentar un resultado real: todo lo que llega a través de este camino debe amenazar la validez de la investigación.

La realidad – una reflexión del mundo real en el que se encuentra el caso de estudio – no es probable que se encuentre ordenada y puede aparecer contradictoria. No hay que sentir que se tenga que limpiar los resultados para hacerlos aceptables. Volveremos a este punto en el siguiente capítulo.

A.5. La evidencia: ¿qué hay que buscar?

La inteligencia humana en su naturaleza es selectiva. Si no se hiciera una selección de todas las cosas que existen en nuestro entorno, estaríamos abrumados.

En este sentido, entonces, es imposible el mantener una mente abierta. Y en el estudio del caso de investigación el investigador no deja de ser un instrumento (humano) de tal investigación.

Pero existe un nivel de preocupación del cual debemos ocuparnos, y se trata de nuestras expectativas y preconcepciones: en una palabra, nuestros prejuicios. Es decir, nuestros juicios temerarios sobre cosas que se desconocen.

Así, es humano y normal llegar al proceso de investigación con prejuicios. Se



puede estar acertado. Los prejuicios no son necesariamente equivocados: sólo que están basados en una evidencia inadecuada. Peor aún que los prejuicios, sin embargo, son las preferencias. No solamente lo que se espera encontrar, sino lo que se quiera encontrar. Hay que preguntarse: ¿qué se espera destapar de aquí?, ¿en qué resultado se está interesado?.

Cuando se leen periódicos de investigación a menudo se puede ver que la gente ha encontrado lo que realmente se quería. Lo cual es muy sorprendente. Pero los investigadores con integridad constantemente se desafían y se escudriñan a ellos mismos. Y la primera etapa en este proceso es librarse de las propias expectativas y preferencias. Estas deben reconocerse y deben hacerse constar por escrito. Forman parte del proceso de investigación tanto como otras cosas. La objetividad en el sentido absoluto puede tratarse de una imposibilidad, pero no significa esto que se deba sumergir en una subjetividad poco crítica. Hay que esforzarse en conseguir un nivel de honestidad independiente que reconozca nuestro lugar dentro del esquema de las cosas. En cierto sentido hay que descentralizarse de uno mismo. Existen varias maneras en las cuales se puede actuar.

La absorción de la cultura

En esto se pone un gran énfasis al principio del proceso de investigación, y no se para por completo. Hay que ir con los ojos y la orejas de manera abierta: hay que mirar y escuchar. En cierto sentido, cada lugar tiene su propia cultura: las convenciones por las cuales funciona. También tendrá su propio lenguaje y sus propios valores – sus propias maneras de juzgar y pensar y hablar sobre la experiencia vivida.

Así, requiere su tiempo adentrarse en esto. El valor de ser un observador participante, quizás consiguiendo ser un miembro temporal del contexto, es que hay más probabilidad de obtener una realidad informal. Alguien que no pertenece al círculo con un alto estatus nunca puede ponerse en esta situación.

La búsqueda de datos discrepantes

Así como se va procediendo se va adquiriendo mucha información y se van desarrollando teorías. ¿Pero están incluidos esos datos que no encajan con estas teorías? De esta manera es básico para una investigación con integridad, la búsqueda de lo negativo, es decir lo contrario o contradictorio, la evidencia que califica o complica el entendimiento que va apareciendo a medida que vayamos trabajando.



La triangulación: marcar diferentes puntos

Un tema constante en este libro es que con diferentes tipos de datos (o clases de fuentes) aún teniendo que ver con la misma cuestión se obtienen resultados contradictorios o discrepantes. Si cada tipo de evidencia se pone de acuerdo entonces se tiene una triangulación simple, confirmatoria. Si todo lo que la gente dice o hace, si todo lo que muestran los recuerdos se pone de acuerdo entonces es que nos encontramos delante de un planteamiento correcto.

Pero muy a menudo, esto no se consigue. Lo correcto de manera fija no se consigue. Esto no debe significar que un tipo de datos sean falsos, basta con pensar que no existe una relación presupuesta en un punto de la triangulación, o que ésta tiene que ser comprendida de manera diferente.

La representatividad de los datos

La representatividad es diferente a la triangulación. Se escucha lo que nos dice la gente, pero ¿se escucha solamente a determinada gente? ¿O, dicho de otra manera, está esta gente – sabiendo que usted es el observador – entusiasmada para conseguir su caso a través de usted? Si la gente quiere ayudar, hay que preguntarse a uno mismo el porqué. El que sea más cauto puede obtener un planteamiento diferente para presentar – o sea, debido a que se tiene más privacidad en los hábitos o puede deberse a que lo que se piense no encaje en la línea. Así, lo que se está consiguiendo ¿es representativo de todos los tipos de opinión?

Esto es resultado de la accesibilidad. En cualquier área algunos tipos de información, algún tipo de gente, son más accesibles que otros. Así estos tipos de datos, o las opiniones de esta gente, serán mucho más evidentes. Esto representa una de las debilidades del periodismo donde lo más accesible resulta al fin lo que es publicado. Pero esto no tiene porque significar que el planteamiento sea más comprensivo o representativo.

Todo tipo de evidencia (documentos y grabaciones, lo que la gente dice, lo que la gente hace, el contexto físico o social en el cual habitan) implica profundizar mucho en un planteamiento adecuado. Incluso los documentos publicados, por ejemplo, no son leídos o son leídos sin apreciar su significado. No todas lo publicado tiene porque tener un alto perfil. Allí se encuentra la materia de estudio pero se desconoce. Los datos importantes no son fácilmente accesibles. Esto es incluso es cierto en la gente que se muestra impaciente para dirigirse a nosotros. Así hay partes de una organización que tiende a pasarnos por alto, aspectos de la práctica profesional que no son conocidos, etc. Hay que estar alerta a estos límites, así como a los signos que



existen pero no son visibles.

Preguntándonos cómo conocer las cosas

Este tópico enlaza con lo descrito anteriormente, pero enfoca cómo los investigadores tienen que conocer su evidencia. Pero el conocimiento es tácito o explícito. Si es explícito podemos explicar cómo y por qué conocemos la evidencia, es decir podemos llegar a citarla. El conocimiento tácito (algunas veces llamado intuición) se produce cuando sentimos algo, a menudo muy fuerte, pero es difícil poder explicarlo o justificarlo. No hay nada erróneo en el conocimiento intuitivo: nuestra intuición puede recoger algo importante que necesitamos explorar.

Por ejemplo, un profesora jefe puede hablarnos sobre la política y la práctica en relación al racismo existente en una escuela, cómo se ocupa de los incidentes racistas, etc. Ella se expresa de manera fluida y coherente: pero por alguna razón no nos la creemos. Hay que hacerse entonces dos preguntas:

- ¿Por qué? ¿Es que no parece verdad?
- ¿Qué manera hay de comprobar lo que nos han contado?

No se acepta la intuición porque no es un tipo de adivinación mágica de la verdad, y tampoco se rechaza porque no representa la evidencia absoluta. El estudio del caso de investigación se parece mucho a un trabajo de detective. Nada es desechado, todo tiene su peso y tiene que testarse o corroborarse.

Comprobar las ideas y las teorías con lo ya existente en la cultura

Esto puede realizarse de diversas maneras. Puede producirse que se haga una presentación a la gente del planteamiento de lo que se trabaja. Esto puede ser importante por varios motivos. Mucha gente le ofrecerá ayuda de un tipo o de otro. Quizás otros sólo mostraran curiosidad. Desde luego, hay que explicar el propósito de la investigación, de manera informal. Pero esto puede ser un proceso deshilvanado e incoherente. Pero una presentación bien preparada puede indicar el deseo de comunicar, informar y consultar.

Una cosa es narrar nuestros propósitos, y otra muy diferente pedir la opinión sobre estos. Se puede convertir tal presentación en algo como una discusión en grupo. Surgen muchos beneficios en el hecho de presentar un informe resumido; pero más importante aún es comprobar los conocimientos provisionales o teorías acerca del tema. Y hay que presentarlo diciendo: esto es lo que significa para mí, ¿qué piensa usted de esto? ¿Puede usted decirme si es correcto?.

Así se conseguirán inmediatamente sus respuestas pero hay que lograr



también sensibilizar a los individuos en lo que uno trabaja. Algunos de ellos quizás vengan con sus remotos pensamientos.

También puede ser que se tenga que establecer un grupo regular de consultas – particularmente si se tienen implicaciones políticas que pueda servir también al doble propósito mantenerlos informados y conseguir de ellos una retroalimentación.

Finalmente, puede haber otros individuos clave (no necesariamente en posiciones de poder) a los que se pueda consultar: quizás alguien considerado, experimentado o comprometido que sea un verdadero experto del tema de estudio. Es más probable tener que buscar este tipo de gente que lo contrario, que ellos busquen al investigador.

La consulta en pareja

Las parejas son otra persona como nosotros, otro estudiante, otro investigador, el propio supervisor. Estos serán los que hacen el mismo tipo de trabajo que nosotros, son expertos en el tipo de investigación que se emprende, o son expertos en métodos de investigación. Ellos pueden salvarnos de muchos problemas. Una buena supervisión, en particular, tiene gran importancia en una investigación que pueda ser solitaria. El grado de una investigación formal es diferente al grado de un estudiante ya que no se sigue un curso formal de una asignatura – aunque sí se asistan a conferencias o seminarios. En cierto modo uno debe escribirse su propio plan de estudio ya que será el único que lo trate.

Si se sigue un programa de grado de investigación estructurado entonces se tendrá el apoyo de compañeros de estudio, aunque cada uno sigue su propio tema de investigación. Pero los métodos pueden ser comunes y, desde luego, su propia pareja estará al mismo nivel que uno mismo. La retroalimentación y la comprensión compartida tendrán una calidad especial para uno mismo. Es por eso que los tutores de curso organizan con regularidad sesiones para cada estudiante con la finalidad de presentar un resumen de su investigación a su pareja.

El encuentro con otros que han hecho la misma clase de investigación que nosotros, es decir sobre el mismo tema, es más problemático pero puede ser provechoso de manera única – en particular si los otros están preparados para dirigirse a nosotros. De ellos se puede conseguir una guía especial e ideas de tipo informal de la investigación en el tema que antes no se hayan publicado.

El supervisor (si se tiene) probablemente conocerá mucho más sobre el área de investigación en el cual estamos trabajando, sin que tenga que ser un experto del tema. Quizás lo más importante que se puede esperar de él es que nos guíe sobre el



estilo de investigación. El acercamiento tutorial sirve para conseguir resumir, explicar, justificar cuestiones que se haya realizado uno mismo. Con el tiempo esto representará una poderosa disciplina para nuestro propio pensamiento. Por lo general, un tutor no dirá exactamente lo que hay que hacer, aunque si nos dirá si los procedimientos seguidos son aceptables o no así como cuestionará la forma de nuestro programa de investigación.

Construyendo la teoría y el análisis de la evidencia negativa

Un axioma de la filosofía científica es que las teorías no pueden ser demostradas – en un sentido definitivo – sólo refutadas. Así es, se tiene una teoría que explica toda la evidencia, y entonces algo aparece – otro fragmento de evidencia irrefutable – que no encaja en dicha teoría: esto significa que se debe cambiar.

Esto es lo que se propuso cuando se dijo que la teoría no es primaria, la evidencia en cambio sí es primaria; y esto tiene que aplicarse en todos los tipos de investigación.

Los buenos científicos, buenos investigadores, siempre prueban sus suposiciones, de forma positiva buscando la evidencia que desafíe a su entendimiento. La alternativa serviría sólo para buscar la evidencia confirmativa: es decir, la que confirma lo que se cree o entiende. Puede verse este proceso en la vida diaria: la gente que es selectiva acerca de lo que encuentra por casualidad, refuerzan sus creencias.

Esto es lo contrario a ser un buen investigador y es por esto porque se sugiere que se desafíe aquello que se espera encontrar. La investigación que se conduce ideológicamente (por ejemplo, por creencias morales o políticas, aunque sean dignas) tendrá el peligro siempre de ser una mala investigación, ya que la evidencia contraria puede ser interpretada de una manera que encaje en el sistema de creencia. En el estudio del caso de investigación naturalista, la teorización surge. Esto se debe a que no puede surgir la teoría en ausencia de la evidencia, la que en principio se dicta por amplios objetivos. Pero esto, cada vez más, va dirigido a teorías o explicaciones revisadas.

Podemos no considerarnos un teórico. Pero nosotros construimos teorías (comprensiones, explicaciones) en la vida diaria sobre otras personas. Por ejemplo, cuando alguien que conocemos bien se comporta de una manera inesperada que no entendemos, lo que ellos han logrado es darnos una evidencia que desafía nuestra teoría sobre ellos. Esto es un incidente fortuito: la investigación es un proceso más deliberado.



A.6. Recogiendo material escrito y electrónico

Para evitar un uso incómodo llamaremos a todo este tipo de evidencia, evidencia escrita, aunque algo tenga que ser impreso. La evidencia escrita será de dos tipos básicos: la evidencia publicada sobre lo que otros investigadores ya han hecho o encontrado, o también lo llamaremos a las publicaciones relevantes sean oficiales o gubernamentales; por ejemplo, informes estadísticos. Y los documentos por lo general inéditos y recogidos en instituciones (aunque el individuo pueda tener su propia documentación relevante).

La literatura publicada

Resulta útil hacer alguna lectura sobre el tema de investigación antes de establecer un planteamiento real, pero no tiene sentido dentro de un trabajo real de investigación una extensa revisión de lo ya publicado sin haber probado antes una teoría. Esto representa una adhesión a un paradigma inadecuado.

Pero tampoco hay que tomar la postura de considerar el caso tan único que no tenga que aprenderse nada sobre lo que ya se haya hecho sobre el tema. No encontraremos una simple traducción de las conclusiones o teorías pero seguramente hallaremos algunos elementos que podrán ayudarnos sobre el caso que tratamos.

Ambos procesos (llegar a conocer lo publicado y llegar a conocer nuestro caso) deberían realizarse simultáneamente para que lo leído y lo que vaya surgiendo en nuestro estudio del caso actúe de forma recíproca: deben alimentarse el uno del otro.

En mayor grado, no sabremos lo que buscar en los estudios anteriores hasta que no se entre en el contexto real del caso que se trata. Lo que se encuentre en la literatura va a sensibilizar nuestra percepción. Esta influencia progresiva representa otra dimensión de carácter inesperado en la investigación del estudio del caso.

Búsquedas informatizadas

Buscar bibliografía es tanto como un arte perteneciente a la ciencia. Pero la búsqueda informatizada ha convertido en mucho más fácil la vida del investigador. Se trabaja mejor cuando el asunto de investigación encaja con las bases de datos principales. Estas estarán por lo general, disponibles en universidades o bibliotecas de colegios; o bien, en instituciones tecnológicamente más avanzadas. Algunas bases de datos estarán solo disponibles en CD-ROM, aunque haya disminuido su importancia en los últimos cinco años. Así, los bibliotecarios pueden ser de gran ayuda, especialmente los de las universidades.



Las principales bases de datos implicarán la lectura y la abstracción de un amplio abanico de diarios dentro de una disciplina o sub-disciplina. Esto será caro, ya que supone la suscripción a estos sistemas. Para obtener un mejor acceso es preferible el uso de una o varias palabras clave, o el de su combinación. Así, mediante el ordenador se hace una búsqueda para ver donde concurren tales palabras clave. De este modo obtendremos solo los tipos de datos concretos donde se encuentren las palabras clave relacionadas con el tema buscado a tratar.

Hay que tener en cuenta que el ordenador no piensa por uno mismo y es posible obtener datos relacionados con las palabras clave que no tengan nada que ver con el tema específico sobre el que estamos investigando. En este caso podemos precisar la ayuda de los bibliotecarios: no tienen por que ser expertos en el ámbito de búsqueda, pero sí podrán orientarnos sobre como trabaja el sistema informático y como manejarlo.

Bases de datos manuales y otras fuentes

La búsqueda informatizada es un fenómeno usado desde hace veinte años. Antes tenían que utilizarse enormes volúmenes indexados, normalmente clasificados bajo subtítulos. Estos todavía pueden resultar útiles – especialmente mirar listas de títulos bajo varios subtítulos. Todo tipo de fuentes pueden revelarnos algo diferente. Ningún sistema es el completo o el infalible. Una experiencia frustrante pero muy típica es la de haber desarrollado bastante un proyecto antes de encontrar una referencia absolutamente clave.

Otras fuentes pueden ser:

- Hojear los índices de los principales diarios basados en el tema del estudio.
- Mirar las bibliografías relatadas en libros que tratan sobre el tema del estudio.
- Dirigirse a investigadores experimentados en el área de trabajo.

Análisis y organización de la literatura

Los periódicos y libros que se han conseguido tienen que ser de gran ayuda. ¿Cómo procederemos?

El primer paso consiste en leer rápidamente (sin perder mucho tiempo) destacando al mismo tiempo los puntos o pasos claves. Estos deben ser aquellos que sintamos sean los más importantes o los que contengan algo que pueda ser de ayuda. En el informe se tendrá que hacer referencia a las publicaciones que se hayan citado: hay que destacarlo y, una vez escrito, examinar la lista con las referencias al final y



destacar las publicaciones que se hayan nombrado.

Las referencias se van acumulando gradualmente. Por lo general se encontrarán unas pocas mucho más importantes que otras. El proceso consiste en hacer una clasificación de estas.

La investigación de la literatura inédita

Los documentos y registros publicados ayudan a valorar más ampliamente el contexto en el que se encuentra el caso a estudiar. Pero hay un contexto más local de la literatura, la de instituciones que en particular no se hayan publicado o no sean accesibles al público. Las grandes organizaciones o grupos profesionales tendrán también una gama de documentos públicos más o menos idealizados y presentados más bien de cara al cliente de destino. Este tipo de documentos no deben ser tomados en cuenta de manera exacta. Pero en un estudio del caso, todo forma parte de la evidencia.

Resulta útil hacer una distinción entre:

- Documentos: declaraciones políticas, las minutas de las reuniones, informes de un tipo o de otro.
- Registros (a menudo informáticos): detalles de tasas de ausencia, el volumen de ventas, cambios en números (por ejemplo de empleados), accidentes, etc.

A.7. La observación

Cuando se entra en una nueva situación social, donde no se conoce a la gente o sus costumbres, hay que intentar pasar desapercibido y fijarse como se comporta la otra gente antes de adentrarse en ella con su propia contribución. No hacerlo así puede significar cometer un error irrecuperable.

Esto resulta más importante para el investigador del tipo naturalista. Él también tiene que ganarse la aceptación social, sensibilizarse y concienciarse comportándose de la manera más adecuada. Pero, a diferencia del proceso social normal, el investigador debe permanecer más en el fondo social incluso cuando se participa. La observación no participante se da, por lo general, menos en la investigación naturalista.



¿Qué es una observación?

Muy simplemente una observación tiene tres elementos principales:

- Mirar lo que la gente hace.
- Escuchar lo que la gente dice.
- A veces hacer preguntas para clarificar cosas.

La observación principalmente es de dos tipos:

- Participante: estar implicado – principalmente de forma descriptiva, es decir de forma cualitativa.
- Separada/Estructurada: mirar desde fuera de una manera cuidadosa y específica – contando y clasificando, es decir de forma cuantitativa.

Estos dos tipos de observación son bastante diferentes y deberían verse como técnicas esencialmente diferentes, con diferentes tipos de datos. No se trata pero, de escoger entre una u otra. Deben utilizarse las dos formas de observación.

En un estudio del caso la observación constituye solamente la parte técnica de la recogida de datos. Pero la observación participante es la que debe usarse en primer lugar. La observación estructurada vendrá más tarde, cuando ya se haya enfocado bien las cuestiones de la investigación.

La observación: los pros y los contras

La validez de la observación es la forma más directa de obtener datos. Eso se debe a que al observarse se tiene verdadera constancia de lo que se hace o dice. Lamentablemente, la investigación en la atestiguación – realizando un informe de lo que se haya visto/oído – muestra que la observación es falible y sumamente selectiva. El hecho de convertirse de repente en un observador exacto y equilibrado requiere mucha disciplina y esfuerzo.

Desde el punto de vista de la objetividad positivista, una objeción principal a la observación participante es el efecto de la presencia del investigador sobre la persona observada. Hay que hacer pues un esfuerzo también en observar los efectos que el observador pueda tener.

En la observación estructurada se puede juzgar con más precisión el efecto que tiene el observador, ya que se puede pedir a un tercero el seguimiento de las observaciones.

El problema de cualquier tipo de observación consiste en el hecho que conlleva mucho tiempo. Llegar a conocer un caso concreto – o un individuo o una institución – es necesariamente un proceso lento. Asimismo, los datos de la observación resultan difíciles de cotejar, escribir y analizar, pero es aquí donde debe ayudarse de la



disciplina de investigación.

Los usos de la observación

El empleo de la observación como una técnica varía según el tipo de caso del que se ocupe y el tipo de cuestiones a investigar. El equilibrio de los métodos dentro de un estudio del caso siempre variará según sea lo más factible y según lo que se quiera investigar.

Así, se puede utilizar la observación de muy distintas maneras:

- Como una técnica exploratoria.
- Como una fase inicial donde se asumirán otros métodos. Aquí la observación no representa la parte principal de la investigación y puede llegar a considerarse como inadecuada o que conlleva mucho tiempo.
- Como una técnica suplementaria realizada para dar una dimensión ilustrativa.
- Como parte de una aproximación al método del caso múltiple, donde diferentes clases de evidencia converjan, tengan que ver lo mismo.
- Como la técnica principal, cuando el objetivo primario sea la descripción explicativa, es decir la descripción de lo que se observa así como su explicación. Este tipo de observación resulta uno de los más difíciles, debido a que requieren más disciplina y concentración.

La observación participante frente a la observación estructurada

Podemos presentar las siguientes distinciones entre estos dos tipos de observación mediante la tabla a.2:

OBSERVACIÓN PARTICIPANTE	OBSERVACIÓN SEPARADA
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principalmente descriptiva/ interpretativa, es decir cualitativa. ▪ Subjetiva / Humanista. ▪ Énfasis en el significado, en la interpretación. ▪ En gran parte, informal. ▪ Flexible sobre la recogida de información. ▪ Análisis principalmente interpretativo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principalmente analítica/categórica, es decir cuantitativa. ▪ Objetiva. ▪ Énfasis en el comportamiento observado. ▪ Formal, disciplinada. ▪ Sumamente estructurada en la recogida de datos. ▪ Análisis principalmente cuantitativo.

Tabla a.2



A.8. La entrevista

Este resulta un término inadecuado para llamar al diferente abanico de posibilidades de conseguir que la gente aporte la información y las ideas que se buscan. Por otra parte, este capítulo es tan sólo una introducción resumida sobre el tema y debe ser tratado de este modo. Intenta clarificar los diferentes tipos de entrevistas y lo que implican, y de este modo poder ser situados en el contexto del proyecto de investigación en particular. Para empezar se reproduce una tabla con las diferentes dimensiones de lo que significa entrevistar (Tabla a.3.):

Desestructurado		Estructurado				
Escuchar la conversación de otra gente; una especie de observación verbal.	La utilización de la conversación natural para preguntas de investigación	Entrevistas "ampliables" solamente hay unos asuntos por resolver claves, p.ej. " entrevista de élite "	Entrevistas Semiestructuradas, es decir preguntas abiertas y cerradas	Listas (programs) de grabación: en efecto, cuestion. realizados verbalmente	Cuestion. Semiestructurados: múltiple opción y resolver	Cuest. Estructurados: simple, específico, pregs. cerradas

Tabla a.3

Escuchar y ocasionalmente hacer una pregunta clarificadora forma parte de la observación. Los cuestionarios tienen un objetivo más estructurado y no son usados muy a menudo en el estudio del caso, aunque puedan tener sitio en la simple y real recogida de datos.

Por lo general, tanto los cuestionarios como las entrevistas de investigación se dan como parte de la revisión del método principal, pero tanto un tipo como otro resultan indispensables en la investigación del método del caso. No hay que ser rígido sobre lo que puede incluirse o no en un estudio del caso. Si se encuentra que una clase de evidencia es relevante o pudiera ser de valor, entonces debe incluirse.

El coste de tiempo es un factor importante en la decisión sobre si debe incluirse una entrevista en el estudio. Podremos utilizar técnicas de entrevistas cuando:

1. Un número pequeño de personas esté implicado.
2. La gente sea accesible.



3. Los entrevistados sean elementos clave en el estudio.
4. Las preguntas (o las más significativas) sean principalmente abiertas y requieran una amplia respuesta con apuntes y registros hechos por el entrevistador para clarificarlas.
5. El material sea sensible en su carácter debido a que la verdad esté implicada: cuando la gente puede revelar en un 'cara a cara' cosas que nunca revelarían en un cuestionario anónimo.

Empleo de una conversación natural

Así que se llegue a conocer a la gente y el planteamiento del estudio, se pueden enfocar mejor las preguntas de investigación. Hay que empezar por ver lo que se tiene que averiguar y qué es lo que se puede conseguir mejor a través de una entrevista. Una vez sabido esto, pueden hacerse preguntas a cierto interlocutor sin necesariamente establecer una entrevista.

La entrevista de “élite”

Utilizaremos la entrevista de “élite”, cuando se tenga que hablar con alguien con cierta posición de autoridad o especialmente, cuando se tenga que tratar con un experto, con gente que sea capaz de responder con perspicacia sobre el tema que se está investigando. Este tipo de entrevistas son, en cierto modo, desestructuradas y tienen características bastante especiales.

La entrevista semiestructurada

En el estudio del caso de investigación este será el tipo de entrevista más usada, y bien realizado puede representar la fuente más rica de datos, aunque su evidente simplicidad resulta engañosa. Debe haber unas pausas, una fluidez, una sensibilidad propias ya de un entrevistador experimentado. Pero este tipo de entrevista no deben usarse sin antes estén totalmente claras dos cosas:

- Que los problemas clave se encuentren en el caso de investigación.
- Que será mejor contestada en un “cara a cara”.

La transcripción y el análisis del contenido

La realización y grabación de una entrevista significa algo muy diferente a su transcripción y su análisis. La transcripción debe efectuarse cuanto antes sea posible después de la entrevista real: la memoria puede ser de gran ayuda en el momento de



clarificar ciertas cosas. No se puede analizar una entrevista con una simple escucha de la grabación ya que no puede estudiarse el contenido de ésta si no es de forma escrita, de ahí la necesidad de transcribirla aunque implique ciertas dificultades de tiempo.

La esencia del análisis del contenido reside en identificar las declaraciones más sustanciales, las que realmente aportan algo importante para el tema de investigación.

A.9. Los datos cuantitativos

El método del caso de investigación no considera sólo métodos y datos cualitativos (descriptivos, interpretativos). Estos serán predominantes, pero los datos cuantitativos y su análisis pueden añadirse al planteamiento total del caso. Proveerse de ellos no es demasiado complejo, hay algo muy clarificador en los números. Aunque puedan llevar cierto aire de precisión que sea falso, las estadísticas sólo mienten a los que no las comprenden.

Las fuentes de datos cuantitativos

Es necesario recordar que hay dos tipos de estadísticas:

La descriptiva: la manera de describir promedios de datos numéricos, totales, rangos, etc.

La deductiva: las técnicas que permiten diseñar inferencias, deducciones – el grado de correlaciones, la importancia de los cambios después de una intervención, etc.

Ambos tipos pueden darse en el estudio del caso.

Los registros pueden proporcionar los datos básicos para este tipo de análisis. Uno de los más útiles se refiere a las estadísticas periódicas que muestran tasas y posiblemente tendencias con el tiempo. Este tipo de datos frecuentemente son ordenados por motivos legales / administrativos, y pueden mostrarse de diferentes maneras. Así, con el tiempo un gráfico en línea es, por lo general, fácil de leer. Si éste es relevante para el estudio dependerá de las preguntas que se intenten responder, aunque hay que mantenerse atento a su posible empleo. En otras ocasiones, desde luego, tendrán una importancia central en la investigación.

Una vez se empiezan a establecer los datos de forma resumida y descriptiva, fácilmente se verán las preguntas que interesa responder así como se identificarán las respuestas que remitirán a otro tipo de datos ya acumulados.



Emparejamiento de las formas y análisis de series temporales

Estos dos términos son esencialmente lo mismo pero el “emparejamiento de formas” se refiere, por lo general, a una aproximación de la intervención, es decir la especificación de un modelo posterior a los resultados. El análisis de series temporales pueden ser usados con observaciones sucesivas (de tipo estructurado), por lo general donde algunos cambios vayan a ser introducidos tras un cierto período de observaciones. Aunque pueda ser que la técnica sea sólo utilizada para mostrar “variaciones” normales en el tiempo.

El análisis categórico

Los datos cuantitativos, frecuentemente, en los estudios del caso vienen en categorías o pueden ser puestos en ellas, en general para hacer comparaciones entre diferentes grupos (por edad, género, ocupación, nivel educativo, etc.).

Los datos cuantitativos se tienen en cuenta en el estudio del caso en la medida que estos amplían el rango de evidencia sobre el asunto de investigación y califican lo que se ha aprendido a través de otras fuentes.

Independientemente del tipo de estadísticas que se use (descriptiva o deductiva) hay que pedir un rigor especial a los resultados. Para el estudio del caso de investigación en el mundo real el análisis de datos cuantitativos tiene que estar sujeto al escrutinio de lo que quiere significar – ver si realmente la estadística es realmente significativa. La importancia de las estadísticas va muy ligada al tamaño de los números implicados.

A.10. Los objetos físicos

Objeto físico es un término bastante torpe para referirse a todo aquello que se ha hecho: y en las variantes del estudio del caso este tipo de evidencia puede ser el más importante de todos. Para el investigador en un mundo real toda evidencia representa un valor potencial si tiene importancia en los objetivos así como a las cuestiones del estudio.

Hay que suponer que la evidencia de investigación (y su presentación) tiene que estar en forma escrita. Excepto las “figuras” resumidas de un tipo o de otro, los periódicos de investigación pocas veces incluirán ilustraciones; no incluirán objetos físicos.

Pero aunque no se incluyan en la reseña, los objetos físicos pueden ser una parte de las bases de datos que hay que mantener. Así, fotografías de estos datos de



buena calidad deben de estar incluidas en el informe del estudio.

Unos tipos de evidencia no pueden ser medidas o descritas, sólo mostradas. Existe aquí cierta analogía exacta al de un proceso judicial. La evidencia en los tribunales de justicia es a menudo formada por una variedad considerable de objetos físicos.

Los investigadores en un mundo real pueden encontrarse en una posición muy semejante. La habilidad escrita ayuda, pero a menudo las palabras no son adecuadas: pueden dirigir y interpretar, pero a menudo sólo sustituyen pobremente a una realidad física. La evidencia física posee una calidad directa: es decir de primera mano. La dimensión visual tiene un poder único. En una investigación esto puede dar vida a un informe, ya que permitirá a la gente conocer la evidencia en el sentido visual.

En la reseña de un estudio del caso estos objetos físicos o ilustraciones se consignan a menudo en un apéndice, para que se interrumpa el flujo del texto. Pero estos pueden tener gran importancia en la parte narrativa, aunque no sean textuales. Las ilustraciones y muestras forman parte de la cadena de evidencia tanto como las palabras. Estas tienen que darse en el punto relevante de la secuencia para que el texto que sigue sea leído de manera diferente debido a su observación.

Lo opuesto también se aplica: no hay que incluir las ilustraciones de objetos solamente para romper o interrumpir el texto. La prueba crucial es darse cuenta de cómo puede influir su inclusión para la mejor comprensión del informe.

A.11. El informe de investigación: análisis y presentación de las conclusiones

En esta etapa final representa una formidable tarea el análisis y la presentación de toda la colección de datos. Cuanto más ordenado se haya sido en los hábitos, más formidable será. No solamente se conseguirá que el material del estudio sea más accesible, sino que también se procederá de manera más ordenada. Sin este análisis y presentación no se tendrá la capacidad de dar sentido al material. No es sorprendente que en este último punto mucha gente a veces no logre comprender potencialmente lo que se ha descubierto.

No existe un único modo de realizar un informe de investigación, y probablemente se puedan utilizar varias maneras. Esto dependerá del tamaño o el énfasis, según a quien se intente llegar.

Escribir un informe de un estudio del caso de investigación representa una



exigente tarea debido a:

- La variedad de los tipos diferentes de evidencia obtenida de formas diferentes.
- La habilidad requerida en la obtención de esta evidencia mediante una narrativa coherente.
- La necesidad de mantener la dirección decidida de los objetivos totales y las cuestiones específicas de la investigación.
- La necesidad de trazar las sucesivas revisiones de las explicaciones o teorías.

El trabajo preliminar

Es aquí donde la tarea de escribir resulta más difícil debido a una carencia de una organización progresiva en el cotejamiento de la evidencia de estudio y en el hecho del diseño de investigación y teorización. La tarea requerirá una gran capacidad intelectual así como un elevado de concentración.

En esta etapa serán de gran ayuda los resúmenes y las anotaciones de un diario. Esencialmente hay que revisar toda la evidencia y todos los procedimientos. Necesariamente se desarrollará un planteamiento total de lo que se ha encontrado y lo que significa. Pero parte de ello será aún poco claro y permanecerá así antes de la elaboración del informe final. La debilidad de esto residirá en la descripción mental acumulada que puede ser muy selectiva y, de algún modo, superficial. Hay que leer estos resúmenes y diarios con cuidado así como repasar toda la evidencia que se haya acumulado.

Habrà que tratar con varios tipos de evidencia, en la lectura, en el estudio y en el pensamiento. Es cuestión, pues, de buscar en particular, que los diferentes tipos de evidencia converjan en las mismas cuestiones de la investigación. Estas fuentes múltiples de evidencia – que tienen que relacionarse entre sí – han de ser tejidas en la narrativa que se representa mediante lo que Yin (1989) llama “cadena de evidencia”. Y junto a la elaboración de esta cadena de evidencia viene también su interpretación.

La estructura del informe de investigación

La estructura del estilo tradicional de periódico de las ciencias naturales sigue un formato muy arraigado. Hay que diseñar una revisión de la literatura que requieran las cuestiones de la investigación: especificar claramente las preguntas de investigación, la metodología usada para responder a las cuestiones, los resultados obtenidos, un debate y análisis de éstos, los logros teóricos o los acontecimientos



valorados por los defectos, la modificación de alguna teoría sugerida y la necesidad de perfilar una investigación remota.

Oculto a la vista, sin embargo, permanece la realidad más intuitiva empírica del descubrimiento intelectual. La lógica de la estructura interna de un estudio de investigación, en general, no refleja la cronología de cómo surgió. En cierto sentido, se pierde el significado del descubrimiento y parte del proceso creativo. No quiere decir esto que los estudios científicos sean “falsos”, pero a veces no serán adecuados para representar el conocimiento alcanzado.

El investigador naturalista debe estar más concentrado en darse cuenta de la realidad del proceso de investigación. Así, su informe de investigación tendrá su propia estructura con amplias semejanzas a los informes tradicionales aunque será de una calidad bastante diferente. La estructura del informe científico estará caracterizada por:

Primero, la cronología; el orden con el que se ha establecido todo el proceso. Hay que relacionar las evidencias encontradas anteriormente con los descubrimientos hechos entonces; las ideas posteriores producirán una revisión para un mejor entendimiento.

Segundo, que tenga coherencia lógica: la cronología no será siempre lo más adecuado como un modo de presentar las cuestiones comunes. Éstas, en ocasiones, tendrán que ser nombradas de manera conjunta debido a su mayor importancia o debido a que provengan de diferentes tipos de datos sobre un mismo tema.

Tercero, el objetivo de la investigación: describir en qué dirección va el estudio y todas las posibles digresiones que puedan surgir.

Cuarto, las preguntas de investigación: el desarrollo de éstas, con el fin que sea más clara su respuesta. Representan la subtrama de la narración, las respuestas que se esperan que permitan alcanzar el objetivo total.

En quinto lugar, la teorización o explicación inesperada sobre las cuestiones de las que se ocupa la investigación. No sólo hay que ser descriptivo, hay que poder explicar lo que se encuentra. La teorización lleva a las cuestiones de una investigación a estructurar la narrativa. Estos elementos estructurales son los que deben existir en un informe científico de estilo naturalista. El informe del estudio del caso debe representar un reto a la capacidad intelectual de uno mismo.



ANEXO B: EL DESARROLLO DE UN CUESTIONARIO (BILL GILLHAM)

B.1. Los pros y contras de los cuestionarios

Introducción

Los cuestionarios son diferentes caminos para obtener información de personas pero no siempre a base de preguntar cuestiones.

Análisis de cuestionarios

Más o menos estructurados

En los cuestionarios muy estructurados basados en preguntas y respuestas cerradas, el investigador no puede obtener información extra del entrevistado, únicamente quiere saber de entre las respuesta que da a elegir cuales son las más seleccionadas. Estos son unos cuestionarios muy ordenados para el investigador y fáciles de analizar.

En los menos estructurados basados en preguntas abiertas el investigador no puede acotar a priori lo que buscará ya que cada entrevistado le puede generar información que quizás el no había contemplado.

Preguntas abiertas o cerradas

Una pregunta cerrada es una donde la posibles respuestas son predeterminadas por el investigador. Cuando la respuesta son predecibles es mejor este tipo de preguntas.

Pero cuando las preguntas son para recoger opiniones quizás e mejor decantarse por formular preguntas abiertas donde el entrevistado tiene total libertad para opinar.

Pros y contras de los cuestionarios

Seguidamente se presenta los principales factores a favor y en contra de los cuestionarios:

Pros

- Bajo coste en tiempo y dinero
- Forma fácil y rápida de obtener información para mucha gente
- Dinámicos: los entrevistados pueden completar las cuestiones
- El análisis de repuestas para cuestiones cerradas es sencillo
- Poca presión al entrevistado para respuesta inmediatas



- Los que responden el cuestionario pueden quedar en el anonimato
- Estandarización de preguntas
- Puede proporcionar mucha información para formular una hipótesis

Contras

- Problemas con la calidad de los datos
- Normalmente bajo índice de respuesta
- Problemas para motivar a los que han de responder el cuestionario
- Necesidad de cuestiones breves y simples
- Pueden haber malentendidos por parte del que responde el cuestionario
- El desarrollo que se puede extraer un cuestionario a menudo es pobre
- Se ha de conseguir toda la información posible con las cuestiones preguntas, a veces es difícil de conseguir
- Escaso de control sobre el contexto de las respuestas
- La gente habla más fácilmente de lo que escribe
- Es imposible chequear la seriedad o honestidad de las respuestas

B.2. Preparación

Desarrollo de un cuestionario

Lo primero que nos tenemos que preguntar a la hora de confeccionar un cuestionario es qué intentamos conseguir con él y cuáles serán las principales cuestiones para investigar.

El modelo más intuitivo para investigar puede ser el hacerlo vía experimentos. Primero estudiar desde donde partimos, pensar posibles cuestiones, lanzar una hipótesis y probarla de forma experimental. Pero éste no resultado del todo eficaz.

Quizás el mejor camino para investigar puede ser el clarificar y definir nuestras metas y cuestiones para obtener la máxima información.

Para elaborar las preguntas de nuestro cuestionario sería bueno hacer una especie de sesión de "brainstorming".

Los cuestionarios son una de las herramientas para investigar, lo podríamos considerar como el principal método de investigación. Muchos de estos cuestionarios se sirven para hacer comparativas y buscar los rasgos más representativos de algún sector de la población específico.

Pueden hacer servir dos métodos de formularios el detallado que se entrega a cada una de las personas de la población que se ha elegido para realizar la encuesta



o el método de muestreo, en este de toda la población solo se reparte el cuestionario a unos cuantos de ellos.

Es fácil intuir que el primero lo utilizaremos para una población pequeña y el segundo para una gran población a la que sería casi imposible acceder a todos.

El problema que nos encontramos con el segundo método es que es difícil hacer un muestreo que sea representativo. Hay un método de obtener con un muestreo representativo con certeza y este es usando un random o un muestreo con probabilidad.

En un muestreo tipo random, cada individuo de una población dada tiene igual posibilidad de ser seleccionado.

B.3. Elección de preguntas y respuestas

PRE-PILOT STAGE: es la primera fase del desarrollo del cuestionario. En esta fase se recolecta y analiza los datos de partida.

PILOT STAGE: es la fase donde se prueban las posibles preguntas del cuestionario.

Para la primera fase existen tres caminos para llevarla a cabo:

- Discusión en grupo o "focus"
- Entrevista semiestructurada
- Cuestionario semiestructurado

La Discusión en grupo sería lanzar un tema y a partir de este empezar un debate del que se aprovecharán muchas ideas.

La Entrevista semiestructurada tiene la ventaja de que es persona a persona y se pueden analizar más las opiniones de cada persona por separado. El análisis es más fácil.

Esta fase nos ayudará para conocer los posibles tipos de respuestas que podemos encontrar y a partir de ellas depurar nuestra preguntas del cuestionario. En esta fase elegiremos los principales temas a tratar en el cuestionario.

Estos temas suelen pertenecer a tres categorías:

- preguntas personales
- preguntas sobre opiniones, creencias o juicios de valores
- preguntas sobre comportamiento o conductas (qué hace la gente)

Es necesario saber de antemano que tipo de preguntas vamos a utilizar en el cuestionario, al igual que el tipo de respuestas que esperamos.



Un método efectivo puede ser empezar a escribir un listado de posibles preguntas que poco a poco se irán eliminando y solo nos quedaremos con las mejores. Puede ser que haya multitud de preguntas que te gustaría preguntar, pero es necesario utilizar únicamente las que necesitemos preguntar y que nos aporten más información. Un buen criterio es ponerse unos límites de cada tipo de preguntas a hacer y así ir priorizando.

Al igual que definíamos diferentes tipos de preguntas, también nos encontramos con diferentes tipos de respuestas.

- Respuestas de selección: existen dos o más opciones de respuestas y solo se puede elegir una. Por ejemplo para preguntas personales las mejores son las respuestas de selección. Con estas sólo damos una opción para responder. Así ganamos mucha rapidez a la hora de analizar los datos.

- Respuestas específicas: son las respuestas correspondientes a las preguntas abiertas. Se deja un espacio para que el encuestado responda.

- Respuestas de categorías: se utilizan para que el encuestado exprese sus preferencias. Normalmente se dan unas 5 respuestas y el encuestado ha de hacer un ranking con su orden de preferencias. Estas respuestas son muy utilizadas para preguntas de opinión o preferencias.

- Respuestas escaladas: en este tipo de respuestas el encuestado tiene 5 o 7 respuestas posibles y estas van desde en escalada creciente o decreciente. Por ejemplo:

1. Muy bueno 2. Bueno 3. Adecuado 4. Pobre 5. Muy pobre

Estas respuestas son muy utilizadas para preguntas de opinión o preferencias también aunque presentan algunas desventajas:

- El encuestado no suele utilizar la escala entera
- La gente tiende a ser muy neutra cuando tiene dudas de su nivel de satisfacción
- El encuestador no sabe el porque de esas respuestas

Para este último punto, en el cuestionario se puede poner acompañando a cada una de las preguntas con respuestas escaladas, una línea donde el encuestado explique el porque de su respuesta.

Seguidamente se presenta un tipo de pregunta, las "Routing questions", que permiten personalizar los cuestionarios. Con este tipo de preguntas las respuestas son más detalladas y se puede obtener información más precisa.

Como su propio nombre dice, se trata de elaborar una ruta para cada tipo de respuesta. Inicialmente se parte de una pregunta general con respuestas de selección.



Y según la respuesta elegida se pasa a un punto u otro del cuestionario. Así el encuestado se evita responder preguntas generales y según sus respuestas se puede indagar más en un tema u otro.

Estos tipos de preguntas tienen la desventaja que el encuestado puede perderse con facilidad ya que ha de ir saltando de un lado del cuestionario a otro.

Seguidamente se muestran los principales pasos a seguir en la realización de las preguntas del cuestionario:

1. Preparar una lista de preguntas y respuestas, a poder ser más de las necesarias
2. Tan rápido como sea posible habría que colocar estas preguntas en un orden lógico
3. Hay que intentar que este primer grupo de preguntas las lean una o dos personas que no estén en el grupo de trabajo del cuestionario y que no sean especialistas en el tema que trata el cuestionario. Mientras más normal sea el lenguaje mejor, no hace falta que sea muy técnico o que se utilice jerga propia
4. Una vez recibidas las opiniones de una o dos personas no especialistas en el tema. Se ha de hacer lo mismo, pero esta vez los que evaluarán el cuestionario serán especialistas en el tema
5. Finalmente y tras evaluar los consejos y opiniones de estas personas se editará la lista definitiva de preguntas intentando sobretodo no caer en la redundancia

B.4. Diseño del cuestionario

A la hora de realizar el diseño del cuestionario se ha de pensar en las dos partes del diseño:

La apariencia: atractivas, accesible

La practicidad: hacer que las preguntas hagan el trabajo que se pensó de ellas

El "visual packaging" del producto, en este caso el cuestionario, de invitar al encuestado a contestarlo. El aspecto funcional de diseño es crítico, hay que elegir las palabras adecuadas en cada pregunta, para con ellas obtener la máxima información.

Los cuestionarios normalmente son enviados junto a una carta de explicación. Los cuestionarios deberían hablar por ellos mismos por dos caminos:

- Por su título
- Por la naturaleza y organización de las preguntas

Si los encuestados tienen claro que se intenta buscar con el cuestionario y el porqué, ellos se mostrarán mucho más colaboradores.



El título del cuestionario también es un aspecto clave. Y éste debería ir acompañado de un listado breve que lo complementa. Es importante trabajar bien el aspecto de la introducción ya que es la información que obtiene el encuestado y la forma de motivarle.

Otro aspecto importante es la organización de las preguntas en el cuestionario. Además se ha de intentar utilizar diferentes estilos de preguntas/respuestas.

Un cuestionario en líneas generales debería ocupar entre cuatro y seis hojas. Y en cada hoja de deberían presentar no más de seis preguntas.

Antes de seguir con el proceso de la elaboración de cuestionario, es interesante hacer un maquetado poniendo las cuestiones disponibles y sus respuestas en una mesa grande para ver la apariencia del cuestionario. Así se puede detectar los problemas de organización.

En resumen, la manera de desarrollar el cuestionario pasa por una prueba piloto o estudio piloto en la que se pregunta a dos o tres personas especializadas en el tema que trata el cuestionario. Estos serán como los conejillos de India del cuestionario.

Un apropiado estudio piloto es en aquel que se simula el que en un futuro será el estudio definitivo.

Una vez repartidos los cuestionarios, habrá algunos aspectos claves que darán una idea del grado de éxito del mismo:

- Si hay un lento y bajo índice de respuestas- la gente no se involucra con cuestionarios molestos
- Malentendido del significado de alguna pregunta o como se debería haber contestado
- Respuestas omitidas
- Respuestas frecuentes como N/A o respuestas añadidas a la lista original

Si ocurre esto, se han de analizar las causas y encontrar las aparentes dificultades encontradas por los encuestados. Las causas principales deberían ser fácilmente localizables y estudiar el porqué de ellas. Una tarea interesante que se puede realizar tan solo si el cuestionario no es anónimo sería preguntar individualmente las causas de estos problemas.

A partir de estos problemas el cuestionario se ha de rehacer y volver a pasar.

B.5. Envío y retorno del cuestionario

Otro problema que puede surgir a la hora de analizar la recepción de los



cuestionarios enviados. El índice de participación puede ser muy bajo. Seguidamente se presentan unas reglas básicas para maximizar el retorno de estos:

1. Por todo los medios se ha de lograr hacer un cuestionario bien diseñado y lo más claro posible
2. Hacer los cuestionarios personalizados
3. Se encontrará una alta dificultad con cuestionarios impersonales repartidos a gente que son desconocidas
4. Un importante aspecto a tener en cuenta es la esponsorización y la identificación del cuestionario. Si la investigación está respaldada por una universidad o alguna organización será tomada mucho más encuesta por los encuestados
5. Poner esmero en la forma de envío y en la presentación del cuestionario
6. Obviar el envío en periodo de vacaciones ya que las organizaciones estarán cerradas y cuando estén excepcionalmente ocupadas.

Al cabo de los diez días del envío ya se pueden sacar algunas conclusiones del tipo de encuestados que participan en la investigación. En los siguientes diez días se tendrían que haber recibido la mitad del total de cuestionario enviados.

A partir de la tercera semana el grupo investigador ya tendría que empezar a buscar soluciones. Una posible forma sería escribir una carta con las siguientes pautas:

- enfatizar la importancia del estudio y de su contribución
- volver a enviar otra copia del cuestionario por si este no lo recibieron en primero estancia
- no desvelar que de momento hay una pobre participación en las respuesta

Tras esta carta el resultado su mejorar. Aunque no está de más que pasado otros diez días más, volver a enviar una segunda carta a los que aún no lo hayan hecho llegar.

Una ratio de respuesta del 50% cuando las encuestas han sido repartidas a personal anónimo es una gran participación. Una respuesta mayoral 50% es que el cuestionario ha sido excelentemente elaborado. Estos pueden llegar a un ratio de participación del 90%.

Si por el contrario la participación es menor al 30% es necesario evaluar y validar el método y las cuestiones resultantes. O quizás simplemente el camino del cuestionario no es el que mejor se adapta y se ha de probar con entrevistas personales.



B.6. Análisis de los resultados

La primera fase del análisis, es una fase descriptiva. Se han de intentar plasmar los resultados obtenidos en formatos adecuados como tablas o gráficos.

Inicialmente en esta fase solo se utilizarán las cuestiones cerradas, cuestiones donde el rango de respuesta es específico. Las preguntas abiertas requieren de mucho más tiempo de análisis.

Habrán dos tipos de cuestiones principalmente:

1. Las que describen a la gente que ha completado el cuestionario: sexo, edad, categoría profesional, nivel económico, nivel de educación, etc. Esto son llamados los descriptores subjetivos.

2. Las que dan datos de la investigación que se está realizando.

Por cada respuesta existen dos tipos de categorías:

1. Contar las respuestas elegidas

2. Preparar una tabla numérica o gráfico, las cuales muestran el resultado de una forma muy digerible

Seguidamente se muestra un análisis por cada tipo de cuestiones y respuestas:

- Respuestas de selección: Si sólo se puede elegir una respuesta el análisis es muy sencillo. Se puede representar en un gráfico donde se representen cada respuesta posible. Además se puede dividir cada tipo de respuesta por sexos.

- Respuestas específicas: Este tipo de respuestas requieren una particular forma de análisis que se definirá más adelante.

- Respuestas de categorías: Es tipo de respuestas en las que hemos de ordenar por preferencias las respuestas, pueden representarse fácilmente mediante un gráfico donde en el eje x podremos la escala del 1 a 5, por ejemplo, y el eje y reflejaremos la frecuencia de las respuestas. Para simplificar, es posible agrupar y pasar de 5 ítems a 2, por ejemplo agrupar 1,2 y 3 como nivel bajo y 4 y 5 como nivel alto.

Este tipo de respuestas puede dar lugar a la confusión, ya que al trabajar con números es posible que se piense en hacer promedios u operaciones matemáticas con ellos, algo que es totalmente erróneo. Los números en este caso no son más que palabras descriptivas como alto o bajo.

En resumen, los cuestionarios pueden ser buenos para proporcionar información descriptiva. Éstos son menos satisfactorios para proveer de datos



explicativos.

Al hilo del problema a la hora del análisis de las respuestas de categorías, es conveniente aclarar que los promedios y los porcentajes son estadísticas descriptivas. Ellos describen los datos obtenidos del cuestionario de una forma más ordenada, pero también hay que tener en cuenta sus limitaciones.

La principal desventaja de los porcentajes es que el que los ve no sabe de manera inmediata sobre que números absolutos están hechos. Siempre se puede preguntar, *un porcentaje sobre que número?*

La representación en forma de porciones de pastel es una buena manera de representar porcentajes y de comparar diferentes grupos. Sin embargo, no es aconsejable utilizar más de cuatro porciones, ya que sino puede llegar a ser pesado de comprender.

Otro de los problemas que puede estar presente a la hora de analizar gráficos porcentuales es cuando comparamos dos o más de estos tipos de gráficos. Sino se tiene claro el número total puede llegar la confusión. Ya que no es lo mismo un 35% sobre 30 que un 40% sobre 250.

Para realizar el análisis de los datos obtenidos en un cuestionario hay diversos métodos. Desde complejas aplicaciones informáticas hasta un simple método manual. Cuando se estén realizando estudios de pequeña escala puede resultar más sencillo el análisis artesanal con un lápiz, un papel y una calculadora.

B.7. Análisis de preguntas abiertas

Utilizando este tipo de preguntas, se puede decir que el encuestado hace parte del trabajo correspondiente al análisis. Debido a la gran cantidad de variedad de respuestas para este tipo de preguntas, el trabajo de análisis se reduce ordenar esta información y agruparla por temas.

Una de los aspectos básicos a solucionar con este tipo de preguntas es determinar el número de categorías en las que se pueden agrupar las respuestas. Han de ser las mínimas posibles.

La primera fase del proceso de análisis será decidir las categorías donde más tarde se agruparán las respuestas obtenidas.

Con este tipo de respuestas también puede haber problemas como los siguientes:

- Los encuestados a veces no dan toda la información que se logra al



hacer la pregunta

- Algunas de las respuestas pueden no corresponder a ninguna de las categorías existentes

Pueden existir diferentes niveles de preguntas abiertas. Cuando se trabaja con preguntas demasiado abiertas resulta sumamente difícil el reducir el número de categorías.

En general, es mucho más complicado analizar preguntas abiertas que el resto de preguntas.

B.8. Análisis estadísticos de cuestiones cerradas

Los cuestionarios son rara vez adecuados para utilizarlos como método de investigación en si mismo. Cuando se analizan los resultados de los cuestionarios se pueden detectar sus limitaciones. Además, los resultados de un cuestionario tienen una escasa y abstracta calidad ante la verdadera realidad de la gente. Un método mucho más efectivo es las entrevistas. De hecho, a veces los cuestionarios

Si las principales cuestiones de la investigación son complejas, los datos obtenidos puede que no sean todo lo correcto que se esperan. Y esto se notará mucho más en un estudio a pequeña escala. Muchas veces los datos obtenidos en un cuestionario pasan a ser datos de archivos que a veces son utilizados en informes.

El hecho de utilizar diferentes métodos de investigación (cuestionarios, entrevistas, etc.), hace que se obtenga mucho más información y además que ésta sea multidisciplinar.

Otra parte de la investigación será la necesidad de buscar conocimientos o antecedentes sobre el tema en documentos políticos, trabajos anteriores, legislación, etc.

La mejor forma de explorar en detalle algunos de los temas es en una entrevista semiestructurada. Para este tipo de entrevistas, se han de tener muy claras las cuestiones a preguntar para obtener las respuestas que se necesitan en la investigación. Básicamente esta entrevista estará de preguntas abiertas, pero con la ventajas que el entrevistador siempre podrá variar el rumbo de este cuestionario según sus necesidades.

Es recomendable intentar grabar las entrevistas para luego poder analizarlas con detenimiento, ya que éstas pueden llegar a durar una hora o hora y media.

Y el problema del tiempo no es tanto la duración de la entrevistas, sino todo el tiempo necesario para transcribirla. Por ejemplo, para un entrevista de una hora de



duración, el tiempo en transcribirla puede llegar a ser de unas diez horas y el tiempo posterior de análisis puede llegar a las cinco horas.

Estos tiempo pueden desanimar a lo hora de empezar una investigación con entrevistas, pero hay que destacar que lo que importa es la calidad y no la cantidad. Es decir, no hace falta entrevistar a cada persona encuestada, sino que una proporción de diez a uno ya sería buena. Por ejemplo, se puede elegir a personas que puedan representar diferentes grupos. Así entrevistando a una persona de cada grupo ya tendríamos bastante. Y cuando se habla de grupo se refiere a, por ejemplo, grupo 1 (hombres menores de 25 años y empleados), grupo 2 (mujeres menores de 25 años desempleadas), etc.

B.9. Presentación de los datos de la investigación

Según se ha demostrado, la fase de redacción de una investigación suele ser la más lenta. Esto puede ser por diversas razones, como que esta fase es la última de la investigación y ésta casi siempre ha sido muy larga y cansada, otra causa puede ser que después de tanto tiempo pasado la motivación haya decaído o simplemente debido a la gran dificultad de plasmar todos los datos obtenidos.

Ha habido casos de abandonos de tesis o dilataciones en esta fase y esto se deben a dos razones fundamentalmente:

- Agrupar todo el material obtenido en la investigación con un sentido coherente es una labor complicada
- La gente suele ser tímida a la hora de redactar

En la fase de análisis y redacción es donde se realizan los máximos descubrimientos sobre la investigación. Parece una paradoja, que después de toda una investigación hasta que esta no se redacta y analiza con detenimiento no se obtienen los principales datos, pero hay que tener en cuenta que los datos no hablan por si solos. Éstos tienen que ser coherentemente analizados e interpretados.

Algo que se ha de tener claro antes de empezar a redactar, es aquí va dirigida esta investigación.

Puede haber diferentes niveles:

Nivel 1:

Informe completo, a menudo suelen ser tesis de postgrado, las cuales han de seguir unas normas como la longitud, formato y estilo.

En cualquier tipo de investigación se ha de poner responder la siguiente



pregunta sin problemas: "Sobre qué va la investigación y qué se ha descubierto?" Para ello se han de poder responder las siguientes preguntas:

- De qué conocimientos se partían?
- Cómo se ha realizado la investigación (Metodología utilizada)?
- Qué resultados se han obtenido?
- Qué piensas de los resultados obtenidos?

Este tipo de pregunta han de estar claras antes de comenzar la redacción de los datos obtenidos por una simple razón. El camino en el cual tu informe esta estructurado cuando lo estás escribiendo, depende en la claro que lo tengas estructurado en tu mente.

Nivel 2:

Artículo o publicación en una revista (normalmente alrededor de 5000 palabras).

En esa caso se el trabajo de investigación se a un mayor público. El investigador ha de estar abierto a recibir críticas de su investigación; éstas pueden no se cómodas pero es una de las pasos importantes para llegar a ser un buen investigador. Antes de entregar la publicación a la revista se han de estudiar con cuidado las condiciones a la hora de colaborar. Éstas especifican la longitud, el formato, el contenido, etc.

Nivel 3:

Comunicado de una longitud no superior a dos folios.

Nivel 4:

Presentación en público de los resultados obtenidos. Suele ser una presentación de no más de media hora de duración, seguida de una preguntas y un debate. Es importante acompañar esta presentación con una serie de transparencias que ayudarán a la gente que esta escuchando. También y si es posible esta presentación se puede acabar con un video elaborado sobre el tema.



ANEXO C: ENVÍO DE LA ENCUESTA

C.1. Correo Electrónico de Presentación

Se envió a cada uno de los programas el siguiente correo electrónico, adjuntándole la encuesta en formato excel.

“Estimado señor o señora:

El programa Innova de la Universitat Politècnica de Catalunya tiene como objetivo el fomento de la cultura emprendedora y la creación de nuevas empresas desde la universidad. Entendemos que para el conjunto de Universidades españolas sería útil disponer de un diagnóstico de la situación en España del conjunto de unidades universitarias que tienen el mismo objetivo.

Por este motivo, nos hemos animado, con el concurso de dos estudiantes, a realizar un proyecto de final de carrera, que pretende estudiar el estado de los programas de fomento y creación de nuevas empresas y emprendedores dentro de España. El estudio trata de establecer qué modelos existen hoy en día, qué grado de desarrollo tienen y los posibles factores de éxito.

Para realizar dicho estudio se ha confeccionado una encuesta que incide en los aspectos comentados. La encuesta consta de aproximadamente 40 preguntas que se responden con facilidad en unos diez minutos. Finalmente, se adjunta un apartado donde usted podrá añadir cualquier sugerencia o comentario que crea importantes de cara al estudio.

Tras la realización de estudio y la presentación del proyecto, nos complacerá enviarle una copia del mismo si usted está interesado. Sin más, agradecerle de antemano su colaboración.

Atentamente,

Francesc Solé Parellada

Director del Programa Innova y Catedrático de Organización de Empresas

Josep Perelló Margalef

Joaquim Morell Bernabéu

P.D. Dado que el número de programas de creación de empresas en las Universidades españolas es todavía reducido y en todo caso limitado al número de estas, para el buen fin del proyecto, necesitamos el mayor número de respuestas posible. De hecho, el estudio tiene el propósito de obtener la totalidad de la información. AGRADECEMOS TU ESFUERZO.”



C.2. La Encuesta

C.2.1. Datos generales del programa

1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:	
1.1	Nombre del Programa	<input type="text"/>
1.2	Responsable(s) del Programa	<input type="text"/>
1.3	Universidad	<input type="text"/>
1.4	Tipo de Universidad	<input type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada
1.5	Año de Constitución	<input type="text"/>
1.6	Ciudad	<input type="text"/>
1.7	Comunidad Autonoma	<input type="text"/>
1.8	Dirección	<input type="text"/>
1.9	E-mail	<input type="text"/>
1.10	Web	<input type="text"/>
1.11	Teléfono(s)	<input type="text"/> Fax <input type="text"/>



C.2.2. Organización del programa

2 ORGANIZACIÓN	
2.1	¿De quién depende la unidad o programa para la creación de empresas?
<input type="checkbox"/>	Directamente de la Universidad
<input type="checkbox"/>	Fundación (especificar el nombre)
<input type="checkbox"/>	¿La Fundación depende de la Universidad?
<input type="checkbox"/>	Sí
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	De un Organismo Público diferente de la Universidad (¿cuál?)
<input type="checkbox"/>	De un Organismo Privado diferente de la Universidad (¿cuál?)
<input type="checkbox"/>	Mixto (especificar de qué organismos depende)
<i>Indique el nombre</i>	
2.2	¿De quién depende funcionalmente el programa o unidad para la creación de empresas?
<input type="checkbox"/>	Gerencia
<input type="checkbox"/>	Rector
<input type="checkbox"/>	Vicerector (especificar de cual)
<input type="checkbox"/>	OTRI *
<input type="checkbox"/>	Fundación
<input type="checkbox"/>	Otros (especificar)
<i>Comentarios</i>	
* OTRI: Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación	
2.3	¿Qué perfil tiene el responsable del programa/unidad?
<input type="checkbox"/>	Profesor ordinario
<input type="checkbox"/>	Técnico
<input type="checkbox"/>	Empresario
<input type="checkbox"/>	Otros (especificar)
<i>Comentarios</i>	



¿Tiene el programa un responsable académico y un responsable técnico?	
<i>Comentarios</i>	
<input type="checkbox"/> Sí	
<input type="checkbox"/> No	
2.4	¿Cuántas personas trabajan en el programa/unidad?
	Número exacto:
	<i>Comentarios</i>
<input type="checkbox"/>	Está en vías de creación
<input type="checkbox"/>	1-2
<input type="checkbox"/>	3-5
<input type="checkbox"/>	6-10
<input type="checkbox"/>	11-20
<input type="checkbox"/>	Más de 20
2.5	¿Qué perfil tienen las personas que trabajan en el programa/unidad?
	<i>Número aprox. de personas</i>
<input type="checkbox"/>	Núm. de personas en tareas de dirección
<input type="checkbox"/>	Núm. de personas en tareas técnicas
<input type="checkbox"/>	Personal Administrativo
<input type="checkbox"/>	Estudiantes en prácticas
<input type="checkbox"/>	Becarios
<input type="checkbox"/>	Núm. aprox de personas de apoyo o consulta no fijas
<input type="checkbox"/>	Otros (especificar)
2.6	¿Dispone la unidad de espacio/oficinas propios/específicos para el desarrollo de su actividad?
	<i>Comentarios</i>
<input type="checkbox"/>	Sí, pero no suficiente
<input type="checkbox"/>	Sí, adecuado a las necesidades
<input type="checkbox"/>	No



2.7. En caso de que la unidad disponga de espacios específicos, ¿de cuanto espacio se dispone?

Núm de m2 aprox. sin incluir viveros	
Núm de m2 aprox. incluyendo viveros	

2.8 En caso de que la unidad disponga de espacios específicos, ¿donde está situada la unidad?

<input type="checkbox"/> Edificio independiente	
<input type="checkbox"/> Incluido en Servicios Centrales	
<input type="checkbox"/> En edificios de facultades	
<input type="checkbox"/> Dentro del entorno de la universidad (campus,...)	
<input type="checkbox"/> Fuera del entorno de la universidad (¿dónde?)	
<input type="checkbox"/> Otros (especificar)	

2.9 En caso de que la unidad no disponga de espacios específicos, ¿donde se desarrolla la actividad?

<input type="checkbox"/> En el despacho del responsable	
<input type="checkbox"/> Programa virtual (internet)	
<input type="checkbox"/> Otros (especificar)	

2.10 ¿Dispone la unidad de espacio físico para viveros o incubadoras?

		Número de empresas que pueden ser incuabadas al mismo tiempo (aprox)
<input type="checkbox"/> Sí	¿cuántas plazas operativas?	
<input type="checkbox"/> No		



C.2.3. Actividades del programa

3 ACTIVIDADES	
3.1 ¿A quién va dirigida la unidad/programa?	
<input type="checkbox"/> Estudiantes	
<input type="checkbox"/> Ex-alumnos	
<input type="checkbox"/> Profesores	
<input type="checkbox"/> Investigadores	
<input type="checkbox"/> Doctorandos	
<input type="checkbox"/> Personal Administración y Servicios	
<input type="checkbox"/> Emprendedores externos	
<input type="checkbox"/> Cualquier emprendedor	
<input type="checkbox"/> Otros (especificar)	
3.2 ¿El programa da servicio a toda la universidad?	
	<i>Especificar</i>
<input type="checkbox"/> A toda la universidad	<i>departamento/facultad</i>
<input type="checkbox"/> A un departamento	
<input type="checkbox"/> A una facultad	
3.3 ¿Dispone la unidad/programa de Plan Estratégico?	
<input type="checkbox"/> Sí	
<input type="checkbox"/> No	
3.4 ¿Tiene la unidad/programa otros objetivos más allá de la creación de empresas?	
<input type="checkbox"/> Sí, ¿puede especificar cuales?	<i>Otros objetivos</i>
<input type="checkbox"/> No	
3.5 ¿Qué actividades se realizan para promover la unidad/programa?	
	<i>Comentarios</i>
<input type="checkbox"/> Web	
<input type="checkbox"/> Publicidad del programa	



<input type="checkbox"/>	Reuniones/Conferencias abiertas	
<input type="checkbox"/>	Congresos/Foros	
<input type="checkbox"/>	Otros (especificar)	
3.6 ¿Qué actividades se realizan para promover el espíritu emprendedor y descubrir oportunidades?		
		<i>Número aproximado</i>
<input type="checkbox"/>	Conferencias ¿cuántas al año? (aprox.)	
<input type="checkbox"/>	Seminarios ¿cuántos al año? (aprox.)	
<input type="checkbox"/>	Asignaturas 1º y 2º Ciclo	
<input type="checkbox"/>	Obligatorias ¿cuántas?	
<input type="checkbox"/>	Optativas ¿cuántas?	
<input type="checkbox"/>	Libre elección ¿cuántas?	
<input type="checkbox"/>	Asignaturas Doctorado ¿cuántas?	
<input type="checkbox"/>	Concursos ¿cuántos al año? (aprox.)	
<input type="checkbox"/>	Otros (especificar)	
3.7 ¿Qué actividades y servicios se realizan y ofrecen dentro de la unidad?		
		<i>Comentarios</i>
<input type="checkbox"/>	Servicio de Soporte/Consejo	
<input type="checkbox"/>	Asesoría en el desarrollo del plan de empresa	
<input type="checkbox"/>	Asesoría en la dirección y gestión	
<input type="checkbox"/>	Asesoría legal	
<input type="checkbox"/>	Formación (especificar)	
<input type="checkbox"/>	Incubadora (viveros)	
<input type="checkbox"/>	Ayuda en patentes y/o licencias	
<input type="checkbox"/>	Reclutamiento de personal (RRHH)	
<input type="checkbox"/>	Otros (especificar)	
3.8 ¿Está la unidad/programa muy relacionada con otras unidades más allá de las OTRI?		
<input type="checkbox"/>	Sí, ¿puede especificar con cuales?	
<input type="checkbox"/>	No	



3.9 ¿Su Unidad ha establecido relaciones continuadas
con algunas de las siguientes instituciones?

Especificar cuál(es)

- ☐ Otras unidades de creación de empresas
de otras universidades
- ☐ Otras unidades de creación de empresas
externas a la universidad
- ☐ Bancos/cajas
- ☐ Organismos de desarrollo regional
- ☐ Cámaras de comercio
- ☐ Otros (especificar)



C.2.4. Financiación del programa

4 FINANCIACIÓN

4.1 ¿Cuál es el presupuesto anual aproximado de la Unidad?

4.2 ¿qué parte del presupuesto (en porcentaje aprox.) se dedica a las siguientes actividades?

	Porcentaje
<input type="checkbox"/> Actividades de promoción y captación de personas e ideas emprendedoras	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Actividades de desarrollo y consolidación de las empresas dentro de la unidad	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Actividades de seguimiento y asesoramiento a las empresas ya creadas	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Otros	<input type="text"/>

4.3 ¿Cómo se financia la Unidad?

	Comentarios
<input type="checkbox"/> Autofinanciación	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Presupuesto de la Universidad	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Fundación independiente	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Financiación Mixta	<input type="text"/>

En caso de Financiación Mixta (especificar porcentaje aproximado):

	Porcentaje	Nombre de la institución
<input type="checkbox"/> Autofinanciación	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Presupuesto de la Universidad (¿cuál/es?)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Fundación (¿cuál/es?)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Ministerio (¿cuál/es?)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Programas europeos (¿cuál/es?)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Programas regionales (¿cuál/es?)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Bancos, cajas,... (¿cuál/es?)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Cámara de comercio (¿cuál/es?)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Empresas externas (¿cuál/es?)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Otros (especificar)	<input type="text"/>	<input type="text"/>



4.4 ¿Las empresas deben pagar por los servicios que provee la Unidad?

- ☐ Si
☐ No

En caso afirmativo, ¿De que manera?

Comentarios

- ☐ Tarifa fijada
☐ En base a participación
en la propiedad
☐ Otros (especificar)

4.5 ¿Cómo se ayuda a la financiación de las empresas?

Comentarios

- ☐ Aportació de capital
por parte de la Unidad/Programa
☐ Bancos/Cajas
☐ Existencia de Business Angels
☐ Capital Concepto
☐ Capital Semilla
☐ Capital Riesgo
☐ Otros (especificar otras fuentes de financiación)

4.6 ¿Está prevista una participación en el capital
de las empresas por parte de la unidad?

- ☐ Si
☐ No

En caso de participación en el capital de las empresas,
¿de qué forma se produce?

Comentarios

- ☐ Participación permanente
☐ Participación temporal
☐ Otros (especificar)



En caso de participación en el capital de las empresas,
¿cuál es la cantidad máxima de participación?

C.2.5. Emprendedores y empresas del programa

5 EMPRENDEDOR Y EMPRESAS

5.1 ¿Qué perfil tiene el emprendedor en su unidad
de creación de empresas? (aprox. en porcentaje)

	Porcentaje
<input type="checkbox"/> Estudiantes (últimos cursos)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Titulados	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Investigadores	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Profesores	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Personal Administración y Servicios	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Emprendedores externos	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Otros (especificar)	<input type="text"/>

5.2 ¿Dispone su programa/unidad de proceso formalizado (protocolo)
de selección de iniciativas emprendedoras?

	Comentarios
<input type="checkbox"/> Si	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> No	<input type="text"/>

5.3 ¿Cuáles son los criterios o factores que se valoran
y utilizan en la selección de peticiones?
(ordenar del 1 máximo al 6 mínimo)

<input type="checkbox"/>	Perfil/capacidad del emprendedor intuita
<input type="checkbox"/>	Idea (validez, originalidad,...)
<input type="checkbox"/>	Presencia eventual/validez de Plan de Negocios o estudio de viabilidad
<input type="checkbox"/>	Motivación de la propuesta
<input type="checkbox"/>	Sector de aplicación de la idea
<input type="checkbox"/>	Base tecnológica

¿se valoran otros aspectos? (especificar)



5.4 ¿Qué tipo de proyectos se realizan en su Unidad? (preferidos)

*Indique el % aproximado
(en el caso que marque ambos)*

<input type="checkbox"/>	De base tecnológica	
<input type="checkbox"/>	De base no tecnológica	
<input type="checkbox"/>	Ambos	

5.6 ¿Hay algún sector preferido de intervención?

Comentarios

<input type="checkbox"/>	Si	
<input type="checkbox"/>	No (cualquier sector)	

En caso afirmativo, ¿cuáles son?

<input type="checkbox"/>	Hardware	
<input type="checkbox"/>	Software	
<input type="checkbox"/>	Internet	
<input type="checkbox"/>	Consumo	
<input type="checkbox"/>	Biotecnología	
<input type="checkbox"/>	Automoción	
<input type="checkbox"/>	Química	
<input type="checkbox"/>	Farmacia	
<input type="checkbox"/>	Energía e industria	
<input type="checkbox"/>	Medicina	
<input type="checkbox"/>	Logística	
<input type="checkbox"/>	Servicios	
<input type="checkbox"/>	Electrónica	
<input type="checkbox"/>	Mecánica	
<input type="checkbox"/>	Telecomunicaciones	
<input type="checkbox"/>	Energías alternativas	
<input type="checkbox"/>	Óptica	
<input type="checkbox"/>	Otros (especificar)	

**5.7 ¿cuál es el periodo medio de maduración/asesoramiento (aprox.)
de una empresa dentro de la unidad?**

<input type="checkbox"/>	menos de un año
<input type="checkbox"/>	de uno a dos años
<input type="checkbox"/>	de dos a tres años
<input type="checkbox"/>	más de tres años



5.8 ¿Hay un periodo máximo de permanencia dentro del programa/unidad?

Indique
el periodo máximo

- ☐ Si (especificar)
☐ No

5.9 ¿Se sigue manteniendo el contacto
con las empresas incubadas unas vez establecidas?

- ☐ Si
☐ No

En caso afirmativo, ¿de qué modo?

C.2.6. Resultados del programa

6 RESULTADOS

6.1 ¿Cuántas empresas se han creado
aproximadamente desde el inicio?

¿Podría indicar la evolución en los últimos años?

1999	2000	2001	2002	2003	2004
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

6.2 ¿puede indicar aproximadamente
el número de consultas recibidas al año?

¿Podría indicar la evolución en los últimos años?

1999	2000	2001	2002	2003	2004
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>



6.3 ¿puede indicar aproximadamente el número de proyectos en marcha regularmente?

6.4 ¿De qué tipo son las empresas creadas?

Número de empresas

<input type="checkbox"/> De base tecnológica ¿cuántas?	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Innovadoras ¿cuántas?	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Convencionales (¿cuántas?)	<input type="text"/>

6.5 ¿Podría indicar un porcentaje indicativo de supervivencia De las empresas una vez establecidas?

Porcentaje

<input type="checkbox"/> Después de un año después de la creación	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Después de dos años	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> No se dispone de los datos	<input type="text"/>

C.2.7. Observaciones

7 OBSERVACIONES

7.1 Por favor, escriba aquí cualquier comentario o observación adicional a las preguntas de la encuesta.



ANEXO D: DATOS GENERALES E INFORMACIÓN GENERAL DE LOS PROGRAMAS INVESTIGADOS

D.1. Universidad Autónoma de Madrid

Programa: CIADE

El C.I.A.D.E. (Centro de Iniciativas Emprendedoras) comenzó su actividad en abril de 1998 con la ejecución de los seminarios de Creación de Empresas Tecnológicas para el programa Madrid, y las tutorías a los proyectos que de estos seminarios surgieron. De éstos, cuatro proyectos son hoy realidad y están funcionando como empresas.

Más tarde, las actividades realizadas durante los años 1998 y 1999 fueron financiadas por el Fondo Social Europeo y, por último, los años 2001 y 2002 están siendo financiados fundamentalmente en virtud del convenio firmado con la Fundación Dragados.

Hecha una consulta con el C.I.A.D.E. me han dirigido un documento donde se ofrece más ampliamente información sobre sus principales líneas de actuación, que son:

⇒ **Jornadas de sensibilización:**

Con el fin de concienciar y lograr un cambio cultural hacia el autoempleo se realizan visitas a alumnos de diferentes licenciaturas y grupos de investigación, así como la realización de mesas redondas o conferencias en colaboración con instituciones que prestan servicios al emprendedor.

⇒ **Formación:**

Se pone a disposición de los emprendedores una amplia oferta formativa con el fin de complementar sus conocimientos técnicos, de forma que se adecue lo máximo posible a las necesidades derivadas de su idea de negocio.

⇒ **Asesoría en la elaboración de proyectos empresariales:**

Se concreta en cinco etapas fundamentales:

- 1º Evaluación previa de la viabilidad de la idea de negocio
- 2º Acompañamiento en la elaboración del plan de empresa
- 3º Orientación y asistencia en la búsqueda de financiación
- 4º Despacho abierto
- 5º Alojamiento



1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	Centro de Iniciativas Emprendedoras - CIADE	
1.2	Responsable(s) del Programa	Prof. Isidro de Pablo López (Director. Catedrático de Economía de la Emp) Francisco Pizarro Escribano (Coordinador)	
1.3	Universidad	Autónoma de Madrid	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	1998 (El Programa) 1969 (La Uni)	
1.6	Ciudad	MADRID	
1.7	Comunidad Autonoma	MADRID	
1.8	Dirección	Ctra. Colmenar Viejo, km 15. Pabellón C.	
1.9	E-mail	ciade@uam.es	
1.10	Web	www.ciade.org	
1.11	Teléfono(s)	914978641	Fax 914978637

D.2. Universidad de Oviedo



Programa: CITE

Los Centros de Iniciativas y Transferencia a la Empresa (CITEs) de la Universidad de Oviedo son centros dependientes del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad de Oviedo. Actualmente existen dos, uno en la Facultad de Química (Campus de Oviedo) y otro en la Escuela Politécnica Superior de Ingeniería (Campus de Gijón).

Desde su creación en febrero del año 2001, los centros han focalizado sus actividades en tres grandes ámbitos:

- ⇒ Motivación y Desarrollo Empresarial.
- ⇒ Transferencia de Tecnología y Conocimiento.
- ⇒ Difusión de la Cultura Científica.

Respecto al ámbito de **Motivación y Desarrollo Empresarial**, los CITEs cuentan con la colaboración de instituciones de la región expertas en este campo para llevar a cabo las actividades englobadas dentro de este epígrafe. Así, el CITE Oviedo colabora con el Centro Europeo de Empresas e Innovación del Principado de Asturias (CEEI Asturias) y el CITE Gijón lo hace con el Servicio de Asesoramiento y Formación de Emprendedores del Ayuntamiento de Gijón (SAFE) y con Valnalón, Ciudad Industrial.

Las actividades desarrolladas en este sentido han sido las que a continuación se señalan:

1) **CITE Oviedo:**

- Jornadas de Motivación Empresarial.
- Cursos de Generación de Ideas de Negocio
- Premios al Mejor Proyecto Empresarial Universitario

2) **CITE Gijón:**

- Jornadas Informativas para el Fomento de la Iniciativa Empresarial
- Seminarios para el Desarrollo del Espíritu Empresarial
- Jornadas de Proyectos Empresariales Universitarios

3) **Ambos CITEs:**

- Realización de Asesorías puntuales
- Elaboración de los Materiales Educativos Multimedia para la Motivación Empresarial



- Participación en el I y II Foro de Empleo de la Universidad de Oviedo
- Elaboración de las Hojas Informativas de los CITEs
- Difusión de cuantas iniciativas surjan

Respecto a las empresas creadas por los CITEs, no han podido facilitarme el nombre, pero me han comentado que hay un momento, cuando dejan de necesitar asesoría técnica y sólo les resta constituir la empresa, que pierden de vista al emprendedor. De todos modos, quizás sirva como dato que de los 14 emprendedores que se pasaron por el **CITE Oviedo** con la intención de poner una empresa (pueden pasarse también por otro tipo de consultas puntuales), 4 de ellos constituyeron ya la empresa y otros 2 la constituirán en los próximos meses. Estos datos se refieren a los dos años y pico de vida y si bien son cifras bastante bajas, hay que tener en cuenta su corta existencia y la gran oferta de ayuda en este sentido que existe en su región.



1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	Centros de Iniciativas y Transferencia a la Empresa	
1.2	Responsable(s) del Programa	Vicerrector de Investigación (Mario Díaz Fdez.) Director de Área de Apoyo a la Investigación (Andrés Sampedro Nuño)	
1.3	Universidad	Universidad de Oviedo	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	2001	
1.6	Ciudad	Oviedo	
1.7	Comunidad Autonoma	Asturias	
1.8	Dirección	CITE Oviedo. Facultad de Química. Campus de El Cristo. 33006-Oviedo CITE Gijón. Campus de Viesques. Aulario Sur. 33204-Gijón	
1.9	E-mail	cite.oviedo@rectorado.uniovi.es, cite.gijon@rectorado.uniovi.es	
1.10	Web	http://web.uniovi.es/vicinves/CITE/index.php	
1.11	Teléfono(s)	985 10 27 62 985 18 23 29	Fax 985 10 35 02; 985 18 24 47

D.3. Universidad del País Vasco



Programa: Entreprenari

La Universidad de Euskadi ha puesto en marcha en los distintos Campus programas con la intención de fomentar la creación de empresas de base tecnológica, así como, sobre todo, el espíritu emprendedor entre los profesores, investigadores y alumnos de la universidad.

El Programa ENTREPRENARI se inició en el año 1997 se puso en marcha en el Campus de Gipuzkoa. El programa se está gestionando al amparo del convenio de colaboración de la UPV/EHU con BIC GIPUZKOA BERRILAN (Centro Europeo de Empresas e Innovación de Gipuzkoa) (<http://www.bicberrilan.es>). En este sentido, el Programa ENTREPRENARI es una apuesta clara por el fomento y apoyo de iniciativas spin-off, aunando para ello las sinergias de sus organizadores, dando como resultado la creación de una serie de empresas innovadoras de alto valor añadido, que nos anima a continuar por este camino, reforzando las actuaciones y apoyos de ejercicios anteriores. La finalidad del Programa es el fomento, asesoramiento y apoyo a los emprendedores y a la creación de empresas innovadoras y/o de base tecnológica en el Campus de Guipúzcoa.

En la web podemos ver qué ofrece ENTREPRENARI:

⇒ Actividades de motivación y apoyo a la generación de actitudes emprendedoras.

⇒ Promover la generación de ideas y la búsqueda de necesidades que den lugar a nuevas iniciativas empresariales:

1. Fomentando el contacto personal con profesores.
2. Desarrollando Proyectos Final de Carrera.
3. Organizando el premio MANUEL LABORDE WERLINDEN a proyectos empresariales innovadores del entorno universitario.

⇒ Capacitación de emprendedores (organización de cursos).

⇒ Gestión y desarrollo de los proyectos de empresa. Desarrollado en las siguientes fases:

1. Evaluación del proyecto.
2. Plan de ayuda a los proyectos.
3. Asesoramiento en la realización del estudio de viabilidad y plan de empresa de la iniciativa.



4. Búsqueda de financiación para la puesta en marcha.
5. Apoyo en el start-up.

1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	ENTREPRENARI	
1.2	Responsable(s) del Programa	Laura Espin Sarobe. Directora del Programa Entreprenari BIC GIPUZKOA BERRILAN Cristina Uriarte Toledo. Responsable de relaciones con la empresa del Campus de Gipuzkoa de la UPV/EHU	
1.3	Universidad	Euskal herriko Unibertsitatea/ Universidad del País Vasco	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	1997	
1.6	Ciudad	Donostia	
1.7	Comunidad Autonoma	Vasca	
1.8	Dirección	AULA BIC. Edificio Ignacio Maria Barriola (Aulario).Plaza Elhuyar, 1-2ª planta. 20018 Donostia	
1.9	E-mail	bicberrilan@sl.ehu.es; laura.espin@bicberrilan.com	
1.10	Web	www.sc.ehu.es	
1.11	Teléfono(s)	943 015473 943 820606	Fax 943 820669

D.4. Universitat Jaume I de Castelló



Programa: Foro Jovellanos de fomento empresarial

Pertenece a la Red Española de Fundaciones Universidad-Empresa (redFUE).

El Foro Jovellanos pretende ofrecer un servicio a todos aquellos alumnos emprendedores que estén dispuestos a llevar a cabo un proyecto empresarial.

El Foro tiene como fin promover el desarrollo de distintas actividades dirigidas a despertar vocaciones empresariales y potenciar la creación de nuevas empresas en el ámbito universitario. Estas incluyen desde la motivación empresarial, pasando por la formación en técnicas de gestión, y el asesoramiento para la elaboración de estudios de viabilidad de proyectos empresariales y su puesta en marcha.

1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	Foro Jovellanos	
1.2	Responsable(s) del Programa	D. Germán Orón	
1.3	Universidad	Universitat Jaume I	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	1999	
1.6	Ciudad	Castellón	
1.7	Comunidad Autonoma	Valenciana	
1.8	Dirección	Campus Borriol Edificio B 2º	
1.9	E-mail	jovellanos@fue.uji.es	
1.10	Web	www.fue.uji.es	
1.11	Teléfono(s)	964729161	Fax 964729156

D.5. Universidad de Salamanca



Programa: Galileo

Es el programa institucional de la Universidad de Salamanca para el fomento de la cultura de la innovación, el espíritu emprendedor y la creación de empresas en el entorno universitario.

En la web se informa qué ofrece el Programa Galileo:

- Información inicial sobre las posibilidades de desarrollar una idea de negocio.
- Formación general sobre gestión empresarial, marketing y finanzas.
- Asesoramiento inicial personalizado sobre el proceso de Creación de Empresas.
- Asesoría On-Line (fiscal, legal y financiera)
- Tutoría permanente durante la puesta en marcha del proyecto empresarial.
- Soporte logístico y financiero.

La Universidad de Salamanca cuenta actualmente con varios ejemplos de empresas de base tecnológica constituidas en el entorno universitario, y ubicadas físicamente en espacios del propio Campus Miguel de Unamuno, en el Parque Científico Biosanitario creado entorno al Centro de Investigación del Cáncer:

- **CYTOGNOS S.L.**
- **IMMUNOSTEP S.L.**
- **THERMA**



1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	<input type="text" value="Programa GALILEO"/>	
1.2	Responsable(s) del Programa	<input type="text" value="Susana Sánchez Galve"/>	
1.3	Universidad	<input type="text" value="Universidad de Salamanca"/>	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	<input type="text" value="2002"/>	
1.6	Ciudad	<input type="text" value="Salamanca"/>	
1.7	Comunidad Autonoma	<input type="text" value="Castilla y León"/>	
1.8	Dirección	<input type="text" value="c/ Cardenal Plá y Deniel, 22 - 37008 Salamanca"/>	
1.9	E-mail	<input type="text" value="galileo@universitas.usal.es"/>	
1.10	Web	<input type="text" value="www.fundacion.usal.es/galileo"/>	
1.11	Teléfono(s)	<input type="text" value="923294772"/>	Fax <input type="text" value="923294702"/>

D.6. Universitat Politècnica de Catalunya



Programa: Innova

El Programa Innova de la UPC tiene como objetivo fomentar el espíritu emprendedor y la cultura de la innovación así como la creación de empresas desde la Universidad Politècnica de Catalunya.

Se dirige al 100% de los estudiantes, profesores, titulados i personal de administración y servicios, y ayuda a hacer realidad ideas y proyectos innovadores y empresariales desde la Universidad.

Los ejes de actuación del programa Innova son:

- ⇒ Inno-semilla. Contribuir al cambio cultural y difundir el espíritu innovador, emprendedor, de compromiso y de riesgo. Utiliza las herramientas más adecuadas para los colectivos de qué se forma la universidad y las pone a su servicio.
- ⇒ Inno-creación. Apoyar a la creación de empresas desde la universidad, poniendo a disposición de los emprendedores universitarios y con un perfil tecnológico, los recursos y el asesoramiento necesarios para poner en marcha su empresa.
- ⇒ Inno-red. Ser un punto de referencia en el mundo académico y cooperar con otras universidades e instituciones de nuestro entorno. Mejorar la conexión de la UPC con las empresas, especialmente aquellas creadas desde la universidad.

La web de Innova ofrece:

- ⇒ Un servicio para los emprendedores: con el seguimiento de proyectos e información sobre empresas creadas.
- ⇒ Un apartado de formación. Con la información sobre módulos, asignaturas y actividades formativas.
- ⇒ Una agenda. Con una memoria y novedades.
- ⇒ Una biblioteca. Con links interesantes de internet, documentos y publicaciones del programa Innova.



1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	<input type="text" value="Programa Innova"/>	
1.2	Responsable(s) del Programa	<input type="text" value="Mireia de la Rubia"/>	
1.3	Universidad	<input type="text" value="Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)"/>	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	<input type="text" value="1998"/>	
1.6	Ciudad	<input type="text" value="Barcelona"/>	
1.7	Comunidad Autonoma	<input type="text" value="Catalunya"/>	
1.8	Dirección	<input type="text" value="C/ Jordi Girona 29"/> <input type="text" value="08034 Barcelona"/>	
1.9	E-mail	<input type="text" value="programa.innova@upc.es"/>	
1.10	Web	<input type="text" value="http://pinnova.upc.es"/>	
1.11	Teléfono(s)	<input type="text" value="934137623"/>	Fax <input type="text" value="934137631"/>

D.7. Universitat de la Salle – Universitat Ramon Llull



Programa: Trampolí Tecnològic i Empresarial

El Trampolín Tecnológico La Salle acompaña a los emprendedores en las etapas iniciales de la creación de nuevas empresas de ámbito tecnológico, ofreciéndoles toda la ayuda necesaria para empezar su proyecto empresarial.

El Trampolín Tecnológico La Salle pone a disposición de los emprendedores los recursos necesarios para convertir la iniciativa empresarial en una empresa sólida, con perspectivas de futuro y atractiva para los inversores.

El Trampolín ofrece apoyo a cualquier emprendedor que desarrolle una idea en las siguientes líneas específicas:

- Comunicaciones/Gíreles
- Electrónica y microelectrónica
- Televisión digital
- Domótica
- Multimedia
- Acústica
- Automática y Control
- Paralelismo
- Sistemas inteligentes
- Procesamiento digital del señal
- Telemática y banda ancha
- Tecnologías educativas



1 DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:			
1.1	Nombre del Programa	Trampolí Tecnològic i Empresarial La Salle	
1.2	Responsable(s) del Programa	Elena Rico	
1.3	Universidad	Enginyeria i Arquitectura La Salle	
1.4	Tipo de Universidad	<input type="checkbox"/> Pública <input checked="" type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	1903 (universitat) - 2000 (Trampolí)	
1.6	Ciudad	Barcelona	
1.7	Comunidad Autonoma	Catalunya	
1.8	Dirección	c/ Quatre Camins, 30 08022 - Barcelona	
1.9	E-mail	trampoli@salleurl.edu	
1.10	Web		
1.11	Teléfono(s)	93 290 24 73	Fax 93 290 24 50

D.8. Universitat de Girona



Programa: Trampolí Tecnològic

El trampolín tecnológico (TT) és una unidad de apoyo a la creación de empresas basadas en el conocimiento. Su misión és ayudar a los emprendedores a llevar a cabo sus invenciones, que pueden ser resultados de la búsqueda universitaria (investigadores y doctorandos) o que provienen de las ideas surgidas de los estudiantes y del personal de la institución.

Este programa pertenece a la XTT (Xarxa de Trampolins Tecnològics) que está formada por un conjunto de universidades y escuelas de negocio de Catalunya con capacidad para fomentar el espíritu emprendedor y para aportar servicios de asesoramiento en la creación de empresas de base tecnológica.

Són dos los principales objetivos de la Xarxa de Trampolins del CIDEM, que son::

⇒ Fomentar el espíritu emprendedor cerca de donde nacen los nuevos conceptos de negocio: universidades científicas, centros tecnológicos y escuelas de dirección de empresas.

⇒ Fomentar la creación de centros de atracción de proyectos de emprendedores en las fases más embrionarias para ayudar a convertirlos en empresas robustas y facilitar que trabajen en red con la colaboración de todos los agentes clave: incubadoras, asesores, capital riesgo,...



1 DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:			
1.1	Nombre del Programa	Trampolí Tecnològic	
1.2	Responsable(s) Programa	del	Pere Condom i Vilà
1.3	Universidad	UNIVERSIDAD DE GIRONA	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	2001	
1.6	Ciudad	Girona	
1.7	Comunidad Autonoma	Catalunya	
1.8	Dirección	Campus Montilivi, Mòdul M-20, 17071 Girona	
1.9	E-mail	trampoli@udg.es	
1.10	Web	web.udg.es/trampoli/	
1.11	Teléfono	972 41 80 15	Fax 972 41 88 96



D.9. U.N.E.D. - Universidad Nacional de Educación a Distancia

Programa: Programa de creación de empresas

Desde la OTRI de la UNED existe el llamado contrato programa de empresas de base tecnológica (SPIN OFFs).

El objetivo de este programa es transferir al mercado el conocimiento generado dentro de los departamentos de la universidad mediante la creación de empresas de base tecnológica (spin offs) .En colaboración con el Vivero Virtual de Empresas de la Comunidad de Madrid (VVE) la OTRI apoya a los emprendedores en las distintas etapas del proceso de creación empresarial.

Los principales servicios que, a través del Vivero Virtual de Empresas, se ofrece a los emprendedores son:

- ⇒ Escuela de Emprendedores: programa formativo para emprendedores.
- ⇒ Expertos, asesoría y apoyo: tutorías de apoyo para la redacción del plan de empresa para emprendedores con conocimientos de gestión empresarial.
- ⇒ Centro de orientación: respuesta a consultas sobre creación de empresas.
- ⇒ Conexión de conocimiento.

Periódicamente, la OTRI organiza jornadas informativas sobre este programa. Se trata de una reunión donde se orienta a aquellas personas interesadas (investigadores, profesores, doctorandos o becarios...) en promover una actividad empresarial vinculada a resultados de investigación científica.



1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	<input type="text" value="Programa de Creación de Empresas"/>	
1.2	Responsable(s) del Programa	<input type="text" value="D. José Francisco Álvarez Álvarez (Vicerrector de Investigación)"/> <input type="text" value="D. Raymond Golle (Director de la OTRI)"/>	
1.3	Universidad	<input type="text" value="Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)"/>	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	<input type="text" value="2000"/>	
1.6	Ciudad	<input type="text" value="Madrid"/>	
1.7	Comunidad Autónoma	<input type="text" value="Madrid"/>	
1.8	Dirección	<input type="text" value="c/ Bravo Murillo, 38"/> <input type="text" value="28015 Madrid"/>	
1.9	E-mail	<input type="text" value="golle@pas.uned.es"/>	
1.10	Web	<input type="text" value="www.uned.es/investigacion/otri"/>	
1.11	Teléfono(s)	<input type="text" value="913987436"/>	Fax <input type="text" value="913987435"/>



D.10. Universidade da Coruña

Programa: Empresa Concepto

Es una OTRI (Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación) perteneciente al Vicerrectorado de Investigación de la Universidad de La Coruña.

En la Universidad de A Coruña, se siguen con atención todas las iniciativas de spin-off académico que se están llevando a cabo en España.

La Oficina ofreció un concurso de ideas para la creación de nuevas empresas de base tecnológica entre diciembre de 2002 hasta febrero de 2003. En citado Concurso hubo la posibilidad de participar en él a través de dos categorías segun se fuera alumno de la Universidad de La Coruña o se fuera personal funcionario y contratado de dicha Universidad.

Los premios fueron para los cuatro primeros proyectos de cada categoría, y en la dirección <http://bdi.udc.es/principal.html> podremos ver cuales fueron los proyectos ganadores así como el nombre de sus promotores. Los objetivos del Concurso fueron detectar, seleccionar y orientar los potenciales emprendedores universitarios que conciban una idea empresarial de base tecnológica. Posteriormente y en colaboración con el Servicio de Asesoramiento y Promoción del Estudiante (presta apoyo en la elaboración de un plan de empresa, etc,) se estan llevando a cabo varias iniciativas alguna de las cuales se celebrará dentro de la Semana de la Ciencia.

En cuanto a la existencia de un programa de creación de empresas, no tienen en su OTRI un programa estructurado. Se informa a los investigadores sobre el marco jurídico actual de creación de spin-off académico, límites de participación, capital riesgo, etc

Se conocen varias iniciativas emprendidas con éxito (de jovenes ingenieros y profesores) dentro del sector de las TIC y la Ingeniería, pero que se han gestado al margen de la OTRI, ya que aún no se dispone de una incubadora de empresas.



1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	EMPRESA-CONCEPTO	
1.2	Responsable(s) del Programa	Pablo Gens Montes	
1.3	Universidad	Universidade da Coruña	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	2000	
1.6	Ciudad	A Coruña	
1.7	Comunidad Autonoma	Galicia	
1.8	Dirección	Rua da Maestranza, s/n	
1.9	E-mail	opablo@udc.es	
1.10	Web	www.udc.es	
1.11	Teléfono(s)	981167000 ext,1495	Fax 9811 6717 2



D.11. Universitat Autònoma de Barcelona

Programa: Gènesi

La FEC (Fundación Empresa y Ciencia) fue nombrada el trampolín tecnológico de la UAB en el momento que el CIDEM (Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial) decidió empezar el programa de la Red de Trampolines. Aún así, desde finales del año 2002, la FEC dejó de tener relación con la creación de empresas.

Las actividades y servicios que se ofrecieron a los emprendedores interesados en la creación de empresas son:

1. Tareas de difusión. Durante el 2002 se celebraron diferentes conferencias dedicadas al emprendedor donde se informaba del servicio de la Xarxa de Trampolins Tecnològics.
2. Tareas de Asesoría en la gestión de empresas. En cuanto a las tareas hechas internamente por la FEC cabe destacar la subcontratación de estudios de mercado y de planes de viabilidad (Deloitte & Touche), contactar con gestorías, así como la gestión de la ayuda y de la justificación.



1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	GENESIS	
1.2	Responsable(s) del Programa	FUNDACIÓ EMPRESA CIENCIA	
1.3	Universidad	UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BARCELONA	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	2000	
1.6	Ciudad	BELLATERRA (BARCELONA)	
1.7	Comunidad Autonoma	CATALUNYA	
1.8	Dirección	CAMPUS DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA, EDIFICIO A 08193, BELLATERRA (BARCELONA)	
1.9	E-mail	fundacio.empresa.ciencia@uab.es	
1.10	Web	HTTP://FEC.UAB.ES	
1.11	Teléfono(s)	93.581.30.20	Fax 93.581. 10.56



D.12. Universidad Carlos III de Madrid

Programa: Vivero de Empresas

Es una OTRI (Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación) perteneciente al Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Carlos III de Madrid.

La Universidad Carlos III de Madrid convocó el Primer Concurso de Ideas para la creación de Empresas de base Científica y Tecnológica para alumnos y titulados de esta universidad. Los proyectos empresariales viables más innovadores contarán con una sólida financiación y la acogida en el Vivero de Empresas ubicado en el Parque Científico de Leganés Tecnológico.

La finalidad del concurso es la selección de proyectos empresariales de carácter científico y tecnológico que aporten al mercado ideas innovadoras.

Sus metas según su web son:

- ⇒ Potenciar y fomentar la creación de empresas científicas y tecnológicas
- ⇒ Apoyar y difundir la cultura empresarial entre el colectivo universitario
- ⇒ Aprovechar el potencial innovador de la Universidad para la generación de nuevas empresas
- ⇒ Fomentar nuevas fórmulas de apoyo al empleo



1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	VIVERO DE EMPRESAS DEL PARQUE CIENTÍFICO DE LEGANÉS TECNOLÓGICO	
1.2	Responsable(s) del Programa	JOSE LUIS VIRUMBRALES- Director OTRI UC3M - PALOMA DOMINGO- Responsable PARQUE CIENTÍFICO EMMA CRESPO- Responsable VIVERO DE EMPRESAS	
1.3	Universidad	UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	2000	
1.6	Ciudad	GETAFE	
1.7	Comunidad Autonoma	MADRID	
1.8	Dirección	C/ MADRID 126 28903 GETAFE Madrid	
1.9	E-mail	virapa@pa.uc3m.es; paloma.domingo@pcf.uc3m.es; emma.crespo@pcf.uc3m.es	
1.10	Web	www.uc3m.es	
1.11	Teléfono(s)	916249036 916249019	Fax 916249149



D.13. Universidad de Deusto

Programa: Programa de autoempleo

Se desarrollan diferentes programas de creación de empresas, en colaboración con Gobierno Vasco y Diputación Foral de Bizkaia, dirigidos a personas que cuenten con una idea empresarial y requieren de apoyos para su desarrollo.

Se trabajan dos líneas diferenciadas de actuación, una para proyectos de corte tradicional y otra para ideas que se enmarquen en el sector de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. Dentro de esta segunda línea se enmarca el Programa Ebatek, el cual se desarrolla en colaboración con el apoyo de la incubadora de proyectos tecnológicos de BBK, bbkHabia.

Desde el Centro de Iniciativas Empresariales se apoya el desarrollo de proyectos empresariales y la puesta en marcha de nuevas empresas a través de:

- ⇒ Formación en creación y gestión de empresas
- ⇒ Tutorización individualizada
- ⇒ Taller de proyectos
- ⇒ Ayudas económicas y financieras
- ⇒ Seguimiento hasta la consolidación de la empresa



1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	<input type="text" value="Programa de Autoempleo"/>	
1.2	Responsable(s) del Programa	<input type="text" value="Ainara Urtiaga Seco"/>	
1.3	Universidad	<input type="text" value="Universidad de Deusto - Deustulan"/>	
1.4	Tipo de Universidad	<input type="checkbox"/> Pública <input checked="" type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	<input type="text" value="1999"/>	
1.6	Ciudad	<input type="text" value="Bilbao"/>	
1.7	Comunidad Autónoma	<input type="text" value="País Vasco"/>	
1.8	Dirección	<input type="text" value="Avenida de las Universidades 24, 48007"/>	
1.9	E-mail	<input type="text" value="deustulan@deusto.es; udeusto@bbk-gaztelanbidean.org"/>	
1.10	Web	<input type="text" value="www.deusto.es"/>	
1.11	Teléfono(s)	<input type="text" value="94 413 9351"/>	Fax <input type="text" value="94 413 9351"/>



D.14. Universidad Europea de Madrid

Programa: Taller de creación de empresas

A pesar de no encontrar en su web un verdadero programa de creación de empresas, sí que existe un taller de Creación de Empresas. Es una iniciativa en colaboración con el Departamento de Economía de la Empresa y está dirigido a aquellos alumnos que aspiren a poner en marcha un proyecto de creación de empresa como alternativa válida a su desarrollo profesional. Sus objetivos son:

- Fomento de nuevas iniciativas empresariales
- Asesoramiento en el desarrollo de planes de negocio
- Asistencia en la puesta en marcha de la empresa.

Actividades del Taller:

1.- Seminario de Creación de Empresas. Esta iniciativa se enmarca en la idea del Taller de fomentar y alentar las nuevas iniciativas empresariales. Se organiza una vez al año, su duración es de 5 semanas, en sesiones de 2 horas, en las que se exponen numerosos casos prácticos de empresas creadas por jóvenes titulados.

2.- Tutorías individualizadas de nuevos proyectos empresariales



1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	Taller de Creación de Empresas de la Universidad Europea de Madrid	
1.2	Responsable(s) del Programa	Dña Tiziana Priede Bergamini Dña Concepción de la Fuente Cabrero	
1.3	Universidad	Universidad Europea de Madrid	
1.4	Tipo de Universidad	<input type="checkbox"/> Pública <input checked="" type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	1999	
1.6	Ciudad	Villaviciosa de Odón	
1.7	Comunidad Autonoma	Madrid	
1.8	Dirección	Calle Tajo S/N Urbanización el Bosque. 28670 Villaviciosa de Odón, Madrid	
1.9	E-mail	uem@uem.es	
1.10	Web	www.uem.es	
1.11	Teléfono(s)	34 912115200	Fax 34 91 6168265



D.15. Universidad de Málaga

Programa: Programa Spin-Off

La Universidad de Málaga organiza el concurso de proyectos de ideas para la creación de nuevas empresas por universitarios.

El objetivo es impulsar la actividad emprendedora de los universitarios, promoviendo la constitución de nuevas empresas innovadoras que se traduzcan en productos o procesos realmente competitivos, con la consiguiente generación de empleo y la ampliación y modernización de la estructura productiva existente en Málaga y en la Comunidad Autónoma Andaluza.

1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	PROGRAMA SPIN-OFF UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	
1.2	Responsable(s) del Programa	Juan José Borrego García Vicerrector de Cooperación y Desarrollo Tecnológico	
1.3	Universidad	Universidad de Málaga	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	2003	
1.6	Ciudad	Málaga	
1.7	Comunidad Autónoma	Andalucía	
1.8	Dirección	Campus Universitario de El Ejido. Pabellón de Gobierno Plaza del Ejido. 29071 Málaga	
1.9	E-mail	vrcooperacion@uma.es	
1.10	Web	www.uma.es/sociedadyprensa/ispinoff.html	
1.11	Teléfono(s)	95 213 2572 95213 1443	Fax 952137111



D.16. Universitat Miguel Hernández d'Elx

Programa: Programa de emprendedores universitarios

El Programa de Emprendedores Universitarios de la Universidad Miguel Hernández de Elche es un servicio de orientación y apoyo a estudiantes emprendedores de la Universidad Miguel Hernández de Elche. El Observatorio Ocupacional, a través del PEU, orienta y asesora a estudiantes que quieran analizar la viabilidad empresarial de su idea, y así puedan desarrollar un plan de negocio para:

- ⇒ Definir el mercado
- ⇒ Estimar costes
- ⇒ Precios de venta
- ⇒ Elaborar un plan de marketing
- ⇒ Analizar la inversión a realizar
- ⇒ Conocer las ayudas y subvenciones existentes

Así según su web dentro del Observatorio Ocupacional existe el Proyecto Embryo. El proyecto Embryo (en la dirección http://www.umh.es/observatorio/embryo/down_embryo.htm) consiste en una experiencia piloto para facilitar la transferencia de conocimientos y resultados desde los grupos de investigación de nuestra Universidad al entorno empresarial, a partir de un nuevo agente facilitador, la PRE-EMPRESA.

Mediante múltiples actividades organizadas por el proyecto Embryo, tales como cursos, jornadas..., los objetivos que persigue este Proyecto se pueden resumir en:

- ⇒ Validar el PROYECTO EMBRYO como instrumento para la transmisión de resultados de la investigación y generación de innovaciones tecnológicas, de la Universidad Miguel Hernández de Elche al tejido empresarial y a la sociedad
- ⇒ Facilitar a los grupos investigadores un soporte para llevar a cabo la promoción de sus líneas de investigación, a la vez que se les proporciona un mecanismo para aumentar su conocimiento del mercado. De esta manera, el PROYECTO EMBRYO podrá contribuir a relacionar la demanda del mercado, con la potencialidad investigadora de la Universidad.
- ⇒ Facilitar la inmersión de los emprendedores universitarios en la realidad empresarial, desarrollando sus habilidades empresariales y potenciando su iniciativa.
- ⇒ Potenciar la creación de nuevas actividades empresariales, de base tecnológica, a partir de los resultados de la investigación universitaria.



⇒ Facilitar vías de relación y cooperación necesarias para conseguir la financiación inicial de estos proyectos empresariales, tanto con inversores y entidades financieras, como con Instituciones Públicas.

1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	Programa de Emprendedores Universitarios	
1.2	Responsable(s) del Programa	José María Gómez Gras (Vicerrector de Asuntos Económicos,) Domingo Galiana Lapera (Director Observatorio Ocupacional)	
1.3	Universidad	Universidad Miguel Hernández de Elche	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	2000	
1.6	Ciudad	Elche (Alicante)	
1.7	Comunidad Autonoma	C. Valenciana	
1.8	Dirección	Observatorio Ocupacional Av. de la Universidad s/n Edificio Hélike 03202	
1.9	E-mail	observatorio@umh.es	
1.10	Web	www.umh.es/observatorio/peu	
1.11	Teléfono(s)	966658646	Fax 966658680



D.17. Universidad de Navarra

Programa: Emprendedores universitarios

Pertenece a la Red Española de Fundaciones Universidad-Empresa (redFUE).

Las actividades de FEUN en el área de emprendedores empezaron hace más de una década con el curso Emprendedores Universitarios. Consta de 80 horas y está dirigido a jóvenes universitarios que consideran como una opción el autoempleo.

Hoy en día las actividades incluyen -además del curso Emprendedores Universitarios- una asignatura de libre elección para estudiantes de segundo ciclo; un encuentro internacional de emprendedores universitarios (anual); un concurso en lo que se premia la mejor idea empresarial - Innovmás; una revista bianual sobre los emprendedores de la Universidad de Navarra; distintas jornadas de motivación y un juego simulando la gestión empresarial (Manager Game).



1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	Emprendedores Universitarios	
1.2	Responsable(s) del Programa	Alex Hansen	
1.3	Universidad	Universidad de Navarra	
1.4	Tipo de Universidad	<input type="checkbox"/> Pública <input checked="" type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	1998	
1.6	Ciudad	Pamplona	
1.7	Comunidad Autonoma	Navarra	
1.8	Dirección	Edificio Central Campus Universitario s/n	
1.9	E-mail	ahansen@unav.es o feun@unav.es	
1.10	Web	www.unav.es/feun	
1.11	Teléfono(s)	948 42 56 18	Fax 948 42 56 90



D.18.Universidad Pontificia de Comillas de Madrid

Programa: Oficina de emprendedores

Es una OTRI (Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación) perteneciente al Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Pontificia de Comillas en Madrid.

La Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación se crea en 1994 con el propósito de facilitar la investigación en la Universidad y promover la aplicación de sus resultados por la sociedad y las empresas.

Actualmente trabajan en ella seis personas especializadas en Gestión de la Investigación y Transferencia de Tecnología, con el apoyo de 2 becarios en Bruselas.

Según el índice de contenidos de la web, el Vicerrectorado de I+D+I (Investigación, Desarrollo e Innovación) dentro de las relaciones Universidad-Empresa hay un apartado que se refiere al fomento de emprendedores, incubación y creación de empresas.



1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	Oficina Emprendedores	
1.2	Responsable(s) del Programa	D. Francisco Ubierna Gómez	
1.3	Universidad	Universidad Pontificia Comillas	
1.4	Tipo de Universidad	<input type="checkbox"/> Pública	<input checked="" type="checkbox"/> Privada
1.5	Año de Constitución	2001	
1.6	Ciudad	Madrid	
1.7	Comunidad Autonoma	Madrid	
1.8	Dirección	Calle Alberto Aguilera, nº 23	
1.9	E-mail	fubierna@otri.upco.es ; investigacion@otri.upco.es	
1.10	Web	www.otri.upco.es ; www.emprendedores.upco.es	
1.11	Teléfono(s)	91 540 61 55	Fax 91 541 5812



D.19. Universidad Pública de Navarra

Programa: Incubadora de empresas universitarias

En la Universidad Pública de Navarra existe una OTRI que como tal desarrolla sus propios proyectos de *spin-off* universitario o tecnológico, para facilitar la creación de nuevas empresas a partir de conocimientos y/o resultados de la Universidad, o de nuevas empresas tecnológicas.

1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	INCUBADORA DE EMPRESAS UNIVERSITARIA	
1.2	Responsable(s) del Programa	M ^a JOSÉ BERIAIN, DIRECTORA DE LA OTRI	
1.3	Universidad	UNIVERSIDAD PÚBLICA DE NAVARRA	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	1997	
1.6	Ciudad	PAMPLONA	
1.7	Comunidad Autonoma	NAVARRA	
1.8	Dirección	CAMPUS DE ARROSADÍA, EDIFICIO EL SARIO, 31006 PAMPLONA	
1.9	E-mail	otri@unavarra.es	
1.10	Web	www.unavarra.es/otri	
1.11	Teléfono(s)	948169780 948169781	Fax 94823 9039



D.20. Universidad de Santiago de Compostela

Programa: Uniemprende

Desde que en 1998 la Universidad de Santiago de Compostela y el Concello de Santiago de Compostela decidieron la creación de una incubadora de empresas de base tecnológica (UNINOVA) para acoger a aquellas proyectos empresariales que surgieran del entorno universitario, el programa UNIEMPRENDE de la USC se ha ido dotando de estructuras y metodologías de apoyo al emprendedor. Tres años después el resultado ha sido el desarrollo de un número significativo de proyectos, fraguados y eclosionados al amparo de este programa, consolidando un proceso de permanente rotación de iniciativas.

La Universidad de Santiago de Compostela, como complemento a la creación de la incubadora de empresas y con ánimo de completar el ciclo de servicios a emprendedores, puso en marcha en el año 2000 la sociedad de capital-riesgo UNIRISCO. UNIRISCO se creó con el objetivo de promover la creación de empresas en el entorno de la USC mediante operaciones de inversión temporal en el capital de las mismas u otros instrumentos financieros, siempre bajo criterios de rentabilidad y creación de empleo, siendo en la actualidad la única existente de carácter universitario y a su vez la primera en constituirse.

Tras la creación de estos dos instrumentos de apoyo a emprendedores, y con el objetivo de estructurar y planificar en el tiempo una serie de actividades ya desarrolladas y consolidadas, así como el deseo de materializar en un plan la metodología utilizada, se desarrolló, en el año 2000, el Programa UNIEMPRENDE de creación de empresas.

UNIEMPRENDE recoge todas las actividades que la Universidad de Santiago de Compostela, desarrolla en el campo de la creación de empresas universitarias, asignándole una dimensión temporal y señalando los responsables en la ejecución de cada una de ellas. El resultado es un plan que abarca desde la divulgación de la cultura emprendedora y la captación y formación de emprendedores hasta el asesoramiento y financiación de los proyectos empresariales.

Los objetivos específicos del programa Uniemprende se resumen en cuatro puntos:

⇒ DIFUSIÓN DE LA CULTURA EMPRENDEDORA.

Incrementar a medio-largo plazo el número de vocaciones empresariales en la USC, fomentando la denominada propensión o predisposición psicológica a emprender, especialmente entre los estudiantes y la comunidad investigadora.



⇒ DETECCIÓN DE PROYECTOS EMPRESARIALES

Identificar dentro de las capacidades de producción científica y de prestación de servicios de la USC, líneas de trabajo susceptibles de ser explotadas desde la óptica empresarial.

⇒ PUNTOS DE INFORMACIÓN Y SERVICIOS DE APOYO AL EMPRENDEDOR

Prestar servicios de apoyo a la creación de empresas que faciliten el análisis de viabilidad empresarial de los proyectos, así como el lanzamiento o puesta en marcha de estos.

⇒ INFRAESTRUCTURA DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Creación, estructuración y potenciación de una infraestructura estable de colaboradores que permita difundir y desarrollar ampliamente las diferentes medidas de este plan. Entre estos podemos destacar la incubación de aquellas empresas surgidas del ámbito universitario, a través de la incubadora de empresas de nuestra universidad (UNINOVA) y la financiación, mediante inversiones temporales, efectuadas por UNIRISCO GALICIA, SCR, S.A.

UNIEMPRENDE como gestor del Plan de Creación de Empresas de la Universidad de Santiago de Compostela, coordina una serie de actividades que refuerzan las líneas básicas de este programa, es decir, detección, asesoramiento, formación, incubación y financiación de ideas empresariales:

⇒ DIFUSIÓN DE LA CULTURA EMPRENDEDORA

- Seminarios de Difusión de la Cultura Innovadora
- Talleres de Generación y Maduración de Ideas Empresariales
- Seminarios de Planificación Empresarial:

⇒ DETECCIÓN DE NUEVOS PROYECTOS EMPRESARIALES

▪ Detección a través del CITT (OTRI) de proyectos empresariales con base tecnológica

- Concursos de Iniciativas Empresariales

⇒ ESTRUCTURAS Y SERVICIOS DE APOYO AL EMPRENDEDOR

- Asesoramiento Especializado para la Creación de Empresas
- Incubadora de Empresas (UNINOVA)
- Sociedad de capital-riesgo (UNIRISCO GALICIA)
- Escuela de Negocios UNIEMPRENDE (ENU)



1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	UNIEMPRENDE	
1.2	Responsable(s) del Programa	Carlos Hernández Sande	
1.3	Universidad	Santiago de Compostela	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	2000	
1.6	Ciudad	Santiago de Compostela	
1.7	Comunidad Autonoma	Galicia	
1.8	Dirección	Edificio CACTUS, Campus Sur 15782 Santiago de Compostela	
1.9	E-mail	uniemprende@usc.es	
1.10	Web	www.uniemprende.es	
1.11	Teléfono(s)	981563100ext16082 981 54 70 44	Fax 981 54 70 77



D.21. Universidad Politécnica de Madrid

Programa: Programa de creación de empresas de base tecnológica

La Universidad Politécnica de Madrid ha creado un Programa de Apoyo a la Creación de Empresas de Base Tecnológica a partir de los resultados de investigación obtenidos en sus departamentos. El departamento encargado de este programa es la OTRI de la Universidad Politécnica de Madrid. El Programa aborda todas las fases del desarrollo de la empresa: viabilidad, formación, tutoría, formalización e incubación.

Los objetivos del programa son tres:

- Sensibilizar a los miembros de la comunidad universitaria sobre la creación de empresas
- Apoyar a los emprendedores desde la idea de empresa hasta la constitución.
- Proporcionar servicios de incubación en los primeros años de funcionamiento de la empresa.

Los servicios ofrecidos por el programa son:

- ⇒ Estudio de viabilidad de la idea empresarial.
- ⇒ Formación y tutoría individualizadas mediante acuerdos con:
 - IMADE (Instituto Madrileño de Desarrollo)
 - VVE (Vivero Virtual de Empresas de la C. de Madrid)
- ⇒ Servicios en la fase de incubación (3 años) para apoyar la puesta en marcha de la empresa (Centro de empresas “La Arboleda”; en la dirección http://www.upm.es/investigacion/otri/creacion_empresas/Arboleda/Arboleda.htm)

Los resultados que ofrece el programa son los siguientes:

- ⇒ 25 equipos empresariales de la UPM en los dos últimos años, han recibido formación orientada a la realización del plan de empresa.



⇒ Desde el comienzo del programa se han creado las siguientes empresas:

- AIDIT S.L. (instalada en Centro de Empresas)
- ALTIRIA (instalada en Centro de Empresas)
- AVATARS VIRTUAL TECHNOLOGIES (instalada en Centro de empresas)
- DAEDALUS (instalada en Centro de Empresas)
- E-INTELLIGENT SOLUTIONS (instalada en Centro de Empresas)
- GLOBAL AQUAFISH (instalada en Centro de Empresas)
- GTIC-TELECOM
- INTELIA CONSULTORES (instalada en Centro de Empresas)
- ISI3 (instalada en Centro de Empresas)
- INVENTA SOLUCIONES
- LEQ INGENIEROS (instalada en Centro de Empresas)
- MEDAS21 (instalada en Centro de Empresas)
- ORANGE SOFTWARE



1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	Programa de Creación de Empresas de Base Tecnológica de la Universidad Politécnica de Madrid	
1.2	Responsable(s) del Programa	Juan M. Meneses	
1.3	Universidad	Universidad Politécnica de Madrid	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada	
1.5	Año de Constitución	1999	
1.6	Ciudad	Madrid	
1.7	Comunidad Autonoma	Madrid	
1.8	Dirección	Avda. Ramiro de Maeztu nº 7, 28040 Madrid	
1.9	E-mail	meneses@vi.upm.es	
1.10	Web	www.upm.es	
1.11	Teléfono(s)	913366087	Fax 9133 6597 4



D.22. Universitat de Barcelona

Programa: Àrea centre de empreses

En el centro de innovación Les Cúpules las empresas encontrarán:

- ⇒ Un servicio de consultoría, que tiene como tareas principales escuchar necesidades, analizar soluciones, elaborar propuestas, gestionarlas y garantizar su realización.
- ⇒ Un espacio integrado dentro de un ambiente de actividad científica. El Centre d'Innovació-Les Cúpules es una pieza clave del Parc Científic de Barcelona, que en un futuro próximo será uno de los principales puntos de referencia en la I+D de Catalunya.
- ⇒ La respuesta a sus necesidades de búsqueda aplicada, gracias al funcionamiento de las "Quasi Empresas" (Casi-Empresas, en la dirección <http://www.centreinnovacio.fbg.ub.es/ca/03/index.html>), es decir, grupos de trabajo de la UB, que entienden la búsqueda dirigida a dar respuesta a las necesidades empresariales.
- ⇒ Las soluciones a los problemas relacionados con sus productos y procesos, mediante las múltiples aplicaciones que facilita la transferencia de tecnología. Además, el Centre d'Innovació-Les Cúpules fomenta la generación de *spin-off's* a través del PRODEM (Programa de Desarrollo Empresarial (en la dirección <http://www.centreinnovacio.fbg.ub.es/ca/03/index.html>)).



1	DATOS GENERALES DEL PROGRAMA o UNIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS:		
1.1	Nombre del Programa	Area Centro de Empresas de la Fundació Bosch i Gimpera-UB	
1.2	Responsable(s) Programa	del	M. Carme Verdaguer
1.3	Universidad	Universitat de Barcelona	
1.4	Tipo de Universidad	<input checked="" type="checkbox"/> Pública	<input type="checkbox"/> Privada
1.5	Año de Constitución	2001	
1.6	Ciudad	Barcelona	
1.7	Comunidad Autonoma	Catalunya	
1.8	Dirección	Baldiri Reixac, 4-6 Torre D	
1.9	E-mail	cverdaguer@fbg.ub.es	
1.10	Web	www.fbg.ub.es	
1.11	Teléfono(s)	93 448 94 30	Fax 93 448 94 34



ANEXO E: TABLAS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

E.1. Unidades que respondieron a la encuesta

	Universidad	Nombre del Programa
1	U. de Málaga	Programa Spin-Off
2	U. de Salamanca	Galileo
3	U. A. B.	Gènesi
4	U. de Barcelona	Àrea de Creació d'Empreses
5	U. de Girona	Trampoli Tecnològic
6	U. P. C.	Innova
7	U. La Salle – U.R.L.	Trampolí Tecnològic i Empresarial
8	U. A. M.	CIADE
9	U. Carlos III de Madrid	Emprende
10	U.N.E.D.	Programa de Creación de Empresas
11	U.P.M.	Programa de Creación de EBTs
12	U. Pontif. Comillas de Madrid	Oficina de Emprendedores
13	U. de Navarra	Emprendedores Universitarios
14	U. Pública de Navarra	Incubadora de empresas universitarias
15	U. Jaume I de Castellón	Foro Jovellanos
16	U. Miguel Hernández de Elche	Programa de Emprendedores Universitarios
17	U. de A Coruña	Empresa Concepto
18	U. de Santiago de Compostela	Uniemprende
19	U. de Deusto	CIE
20	U. del País Vasco	Entreprenari
21	U. de Oviedo	CITE
22	U. Europea de Madrid	Taller de Creación de Empresas

Tabla e.1.



E.2. Perfil del responsable

	Programa	Responsable de la Unidad		
		Profesor Ordinario	Técnico	Académico+Técnico
1	U.A.M.	X	X	X
2	Pais Vasco		X	X
3	Jaume I Castellon	X		X
4	Navarra		X	
5	Salamanca		X	
6	La Salle Barcelona		X	
7	Elche	X	X	X
8	Comillas		X	X
9	A Coruña		X	X
10	U.P.C.	X	X	X
11	Girona		X	
12	U.N.E.D.		X	
13	U.A.B.	X		
14	Carlos III		X	X
15	Santiago	X		
16	Oviedo	X		
17	Pública Navarra	X		
18	U.P.M.	X		
19	U.B.		X	
20	Deusto		X	
21	Europea Madrid	X		
22	Málaga	X		X
Total		11	14	9

Tabla e.2.



E.3. Ubicación y espacio dedicado a los programas

	Programa	Espacio			Superficie	
		sí, pero no suficiente	sí, adecuado	No	m2 sin viveros	m2 con viveros
1	U.A.M.		X		300	
2	Pais Vasco		X		570	772
3	Jaume I Castellon		X		12	
4	Navarra		X			
5	Salamanca	X				
6	La Salle Barcelona		X		40	
7	Elche		X		40	
8	Comillas		X		25	300
9	A Coruña		X			140
10	U.P.C.	X				
11	Girona		X		30	150
12	U.N.E.D.			X		
13	U.A.B.		X			
14	Carlos III		X			1000
15	Santiago	X			150	1650
16	Oviedo	X			90	
17	Pública Navarra			X	0	48
18	U.P.M.	X			20	
19	U.B.		X		40	490
20	Deusto		X			70
21	Europea Madrid			X		
22	Málaga	X			80	200
Total		6	13	3	1.397	4.820
Promedio					116	482

Tabla e.3.



E.4. Plazas de incubadora

	Programa	Plazas incubadora			
		si	no	núm plazas	m2 por plaza
1	U.A.M.	1		11	27,3
2	Pais Vasco	1		6	33,7
3	Jaume I Castellon		1		0,0
4	Navarra		1		0,0
5	Salamanca		1		0,0
6	La Salle Barcelona		1		0,0
7	Elche		1		0,0
8	Comillas	1		5	55,0
9	A Coruña	1		7	20,0
10	U.P.C.		1		0,0
11	Girona	1		6	20,0
12	U.N.E.D.		1		0,0
13	U.A.B.		1		0,0
14	Carlos III	1		22	45,5
15	Santiago	1		15	100,0
16	Oviedo		1		0,0
17	Pública Navarra	1		4	12,0
18	U.P.M.		1		0,0
19	U.B.	1		6	75,0
20	Deusto	1		4	17,5
21	Europea Madrid		1		0,0
22	Málaga	1		6	20,0
Total		11	11	92	
Promedio				8,4	38,7

Tabla e.4.



E.5. Número de trabajadores y tipo de tareas desarrolladas

	Programa	Número trabajadores				Tareas					
		1-2	3-5	6-10	11-20	Dirección	Tareas técnicas	Personal Administ.	Estud. Prácticas	Otros	Consulta-Apoyo
1	U.A.M.		X			1	1	1	1		8
2	País Vasco			X		2	3	2			
3	Jaume I Castellon			X		2	1			3	
4	Navarra	X					1				
5	Salamanca		X			1	3	1			
6	La Salle Barcelona		X			2			2		
7	Elche		X			1	1	1	1		1
8	Comillas	X				1		1			
9	A Coruña	X				1					
10	U.P.C.			X		2	4	2	15		35
11	Girona		X			1	2				
12	U.N.E.D.	X				1	1				
13	U.A.B.	X				2					
14	Carlos III			X		2	2	1	1		30
15	Santiago				X	4	15				
16	Oviedo		X			1	2				2
17	Pública Navarra										
18	U.P.M.	X				1	1				12
19	U.B.		X			1	2				
20	Deusto	X				1	1		1		
21	Europea Madrid	X				1	1				
22	Málaga		X			1	1	1	2		
Total		8	8	4	1	29	42	10	23	3	88

Tabla e.5.



E.6. Tabla de presupuestos de los programas

	Programa	Presupuesto	Actividad			
			Promoción y captación	Desarrollo y consolidación	Seguimiento y asesoramiento	Otros
1	U.A.M.	90.000 €	10%	40%	30%	20%
2	Pais Vasco	240.000 €	40%	50%	10%	10%
3	Jaume I Castellon	6.000 €	10%	0%	0%	10%
4	Navarra	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato
5	Salamanca	85.000 €	65%	25%	10%	0%
6	La Salle Barcelona	120.000 €	5%	0%	95%	0%
7	Elche	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato
8	Comillas	30.000 €	20%	60%	20%	0%
9	A Coruña	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato
10	U.P.C.	500.000 €	40%	20%	20%	20%
11	Girona	135.000 €	30%	50%	20%	0%
12	U.N.E.D.	48.000 €	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato
13	U.A.B.	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato
14	Carlos III	sin dato	30%	20%	10%	40%
15	Santiago	182.000 €	13%	72%	15%	0%
16	Oviedo	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato
17	Pública Navarra	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato
18	U.P.M.	160.000 €	5%	85%	10%	0%
19	U.B.	250.000 €	15%	50%	25%	10%
20	Deusto	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato
21	Europea Madrid	3.000 €	100%	0%	0%	0%
22	Málaga	30.000 €	30%	50%	10%	10%
< 50.000€		23.400 €	29,0%	51,4%	14,0%	5,6%
> 50.000€		195.778 €	26,6%	41,3%	22,7%	9,4%
Total		134.214 €	26,7%	41,6%	22,4%	9,2%

Tabla e.6.



E.7. Financiación

E.7.1. Financiación de las empresas

	Programa	¿Las empresas deben pagar?		¿Cómo?	
		si	no	Tarifa fijada	Participación
1	U.A.M.		X		
2	Pais Vasco		X		
3	Jaume I Castellon		X		
4	Navarra	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato
5	Salamanca		X		
6	La Salle Barcelona		X		
7	Elche		X		
8	Comillas	X		X	
9	A Coruña		X		
10	U.P.C.		X		
11	Girona	X			X
12	U.N.E.D.	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato
13	U.A.B.		X		
14	Carlos III	X		X	
15	Santiago	X		X	
16	Oviedo		X		
17	Pública Navarra		X		
18	U.P.M.		X		
19	U.B.		X		
20	Deusto		X		
21	Europea Madrid		X		
22	Málaga		X		
Total		4	16	3	1

Tabla e.7.



E.7.2. Aportación del capital

		Financiación. Aportación de capital						
	Programa	Unidad/ Programa	Bancos/ Cajas	Business Angels	Capital Concepto	Capital Semilla	Capital Riesgo	Otros
1	U.A.M.	X	X	X	X	X	X	
2	Pais Vasco			X	X	X	X	
3	Jaume I Castellon		X					
4	Navarra	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato
5	Salamanca		X			X		
6	La Salle Barcelona		X	X	X		X	X
7	Elche							
8	Comillas							
9	A Coruña							
10	U.P.C.			X	X	X	X	
11	Girona				X		X	X
12	U.N.E.D.	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato
13	U.A.B.							
14	Carlos III			X		X		X
15	Santiago			X		X	X	
16	Oviedo							
17	Pública Navarra							
18	U.P.M.							
19	U.B.			X	X	X		
20	Deusto		X					
21	Europea Madrid							X
22	Málaga	X	X			X		
	Total	1	4	7	6	7	6	3

Tabla e.8.



E.7.3. Financiación. Participación en capital

		Participación en capital				
	Programa	Si	Permanente	Temporal	No	Cantidad máxima
1	U.A.M.	X				
2	Pais Vasco				X	
3	Jaume I Castellon				X	
4	Navarra	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato
5	Salamanca				X	
6	La Salle Barcelona				X	
7	Elche				X	
8	Comillas				X	
9	A Coruña				X	
10	U.P.C.	X		X		100.000 €
11	Girona	X		X		10% - 20%
12	U.N.E.D.	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato	sin dato
13	U.A.B.				X	
14	Carlos III				X	
15	Santiago	X		X		300.000 €
16	Oviedo				X	
17	Pública Navarra				X	
18	U.P.M.	X				
19	U.B.	X	X			15%
20	Deusto				X	
21	Europea Madrid				X	
22	Málaga	X		X		
Total		4	0	3	10	
		20%	0%	15%	50%	

Tabla e.9.



E.8. Actividades

E.8.1. Promoción del Programa

		PROMOCIÓN DEL PROGRAMA				
		WEB	Publicidad	Conferencias	Foros	Otros
1	UAM	X	X	X	X	
2	Oviedo	X	X	X	X	
3	Euskadi	X	X	X	X	X
4	Jaume I	X		X	X	
5	Salamanca	X	X	X	X	X
6	UPC	X		X	X	X
7	LaSalle			X	X	
8	Girona	X	X	X	X	
9	UNED	X	X	X		
10	A Coruña					X
11	UAB	X	X	X		
12	CarlosIII	X	X	X	X	X
13	Deusto		X			
14	Europea	X			X	
15	Málaga	X	X	X	X	
16	Elche	X	X	X		
17	Navarra	X	X	X	X	X
18	Comillas	X		X		X
19	PúblicaNavarra			X		
20	Santiago	X	X	X	X	X
21	UPM	X	X	X		
22	UB	X	X	X	X	
totales		18	15	19	14	8

Tabla e.10.



E.8.2. Promoción de la cultura emprendedora

		PROMOCIÓN ESPÍRITU EMPRENDEDOR				
		Conferencias	Seminarios	Asignaturas	Concursos	Otros
1	UAM	4	3	2	1	
2	Oviedo	37	6	5	3	X
3	Euskadi				2	X
4	Jaume I	4	2	1	2	
5	Salamanca	10	10	3		
6	UPC	26	25	30	1	
7	LaSalle			2		
8	Girona	4	1	3	1	
9	UNED					X
10	A Coruña					
11	UAB	4				
12	CarlosIII		3		1	
13	Deusto		2			X
14	Europea	5	1	1	1	
15	Málaga	1		3	1	
16	Elche	2	3	1	15	
17	Navarra	2	2	2	1	
18	Comillas		1	2		X
19	PúblicaNavarra	3				
20	Santiago	2	2		2	
21	UPM	2				
22	UB		7 a 10	1	1	X
Totales		106	70	56	32	varios

Tabla e.11.



E.8.3. Actividades y Servicios

		Servicios de Asesoramiento								
		Soporte/ Consejo	Plan Empresa	Dirección y Gestión	Ases. Legal	Patentes y Licencias	Búsqueda de Personal	Formación	Incubación	Otros
1	UAM	X	X	X	X	X		X	X	
2	Oviedo	X	X		X	X		X	X	
3	Euskadi	X	X	X	X	X		X	X	
4	Jaume I	X	X					X		
5	Salamanca	X	X	X	X	X		X	X	X
6	UPC	X	X	X	X	X		X		
7	LaSalle	X	X	X						X
8	Girona	X	X	X	X	X	X	X	X	
9	UNED							X		
10	A Coruña	X	X	X				X	X	
11	UAB	X	X	X						
12	CarlosIII	X	X	X	X	X	X	X	X	X
13	Deusto	X	X					X		
14	Europea	X	X	X	X			X		
15	Málaga	X	X	X	X	X	X		X	
16	Elche	X	X					X	X	
17	Navarra							X		
18	Comillas	X	X	X		X			X	
19	PúblicaNavarra		X			X		X	X	
20	Santiago	X	X	X				X	X	
21	UPM	X	X			X		X	X	
22	UB	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Total		19	20	14	10	12	4	18	14	4
Porcentaje		86,4%	90,9%	63,6%	45,5%	54,5%	18,2%	81,8%	63,6%	18,2%

Tabla e.12.



E.9. Emprendedores y empresas

E.9.1 Selección y perfil del emprendedor

		PERFIL DEL EMPRENDEDOR							PROTOCOLO DE SELECCIÓN	
		Estudiantes	Titulados	Investig.	Profesores	P.A.S.	Externos	Otros	SI	NO
1	UAM	10	25	15	15		35		X	
2	Oviedo	2	62	36						X
3	Euskadi			60	30			10	X	
4	Jaume I	20	70				10		X	
5	Salamanca	30	55	10	5				X	
6	UPC	20	50		20	5	5			X
7	LaSalle		35				65		X	
8	Girona	30			70				X	
9	UNED	10	75	10	5					X
10	A Coruña		100						X	
11	UAB		33	33	33				X	
12	CarlosIII	20	20	10	40	10			X	
13	Deusto	4	95		1					X
14	Europea	90	10							X
15	Málaga	5	20	35	40				X	
16	Elche	20	80							X
17	Navarra	30	40	15	15					X
18	Comillas	10	90						X	
19	PúblicaNavarra		95	5					X	
20	Santiago	20	20	20	20	20			X	
21	UPM		30	60	10				X	
22	UB			10	70		20		X	
% totales		14,6%	45,7%	14,5%	17,0%	1,6%	6,1%	0,5%	68,2%	31,8%

Tabla e.13.



E.9.2. Valorización de los criterios o factores principales en la selección

(se valora cada criterio con un número entre 1 y 6)

Valorización de los principales criterios en la selección de los proyectos							
Perfil		Validez	Validez	Motivación	Sector	E.B.T.	
Emprended.		idea	negocio				
1	UAM	2	1	6	3	5	4
2	Oviedo	1	1	1	1	1	1
3	Euskadi	1	2	6	4	2	2
4	Jaume I	5	6	1	2	3	4
5	Salamanca	1	2	5	4	6	3
6	UPC	1	1	1			1
7	LaSalle	1	4	2	5	6	3
8	Girona	1	2	6	3	5	4
9	UNED	3	4	5	2	1	6
10	A Coruña	2	3	3	5	2	1
11	UAB	3	2	4	5	6	1
12	CarlosIII	2	3	4	5	6	1
13	Deusto	1	2	6	3	4	5
14	Europea	3	1	4	2	6	5
15	Málaga	3	1	5	6	4	2
16	Elche	1	1	1	1	1	1
17	Navarra	4	1	3	6	5	2
18	Comillas	2	3	1	5	6	4
19	PúblicaNavarra	2	3	6	5	4	1
20	Santiago	3	1	6	4	5	2
21	UPM	3	2	4	6	5	1
22	UB	3	2	5	6	4	1

Nº veces 1r criterio	8	8	5	2	3	9
Nº veces 2º criterio	5	7	1	3	2	4
Suma total	61	63	90	85	90	64

Tabla e.14.



E.9.3. Selección de proyectos

(si se tratan de proyectos de base tecnológica, no tecnológica o ambos)

		TIPO DE PROYECTO		
		de Base Tecnológica	No B.T.	Ambos casos
1	UAM			X
2	Oviedo			X
3	Euskadi			X
4	Jaume I			X
5	Salamanca			X
6	UPC	X		
7	LaSalle	X		
8	Girona	X		
9	UNED	X		
10	A Coruña	X		
11	UAB	X		
12	CarlosIII	X		
13	Deusto			X
14	Europea		X	
15	Málaga	X		
16	Elche			X
17	Navarra			X
18	Comillas			X
19	PúblicaNavarra			X
20	Santiago			X
21	UPM	X		
22	UB			X
Porcentajes		40,9%	4,5%	54,5%

Tabla e.15.



E.9.4. Permanencia y seguimiento de proyectos empresariales

		Período Medio de Maduración (en años)			Existe un período máximo de estancia en la unidad			¿Se mantiene aún contacto?	
		<1	1 a 2	2 a 3	Si	No	Nº meses	Si	No
1	UAM		X			X		X	
2	Oviedo	X				X			X
3	Euskadi		X			X		X	
4	Jaume I		X			X		X	
5	Salamanca		X			X		X	
6	UPC		X			X		X	
7	LaSalle								
8	Girona			X	X		36	X	
9	UNED		X		X		8		X
10	A Coruña		X		X		18		X
11	UAB	X				X		X	
12	CarlosIII	X			X		36		X
13	Deusto	X				X		X	
14	Europea	X				X		X	
15	Málaga		X		X		12 a 24	X	
16	Elche		X			X		X	
17	Navarra								
18	Comillas			X	X		24	X	
19	PúblicaNavarra		X		X		12		X
20	Santiago		X			X		X	
21	UPM	X			X		36	X	
22	UB		X			X		X	
% Totales		30,0%	60,0%	10,0%	40,0%	60,0%		75,0%	25,0%

Tabla e.16.



E.10. Resultados

E.10.1. Evolución del número de empresas creadas, evolución del número de consultas recibidas y número de proyectos en marcha actualmente

		Evolución del número de empresas creadas							Evolución del número de consultas recibidas							Nº de proyectos en marcha	
		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Total	1999	2000	2001	2002	2003	2004		Anuales
1	UAM		4	15	10	5	6		40							120	15
2	Oviedo				1	3	2		6			12	14	17		14	17
3	Euskadi		3	6	2	3	4		18	65	75	80	95	120		87	15
4	Jaume I			6	7	5			18	sin datos							25
5	Salamanca					4	6		10				45	139		92	4
6	UPC	4	10	15	16	31	20		96			41	96	76		71	40
7	LaSalle				9	10	12		31			40	44	31		38	30
8	Girona				1	2	2		5	sin datos							15
9	UNED			1			1		2	sin datos							5
10	A Coruña								0	sin datos							4
11	UAB				3	3			6			16	14			15	0
12	CarlosIII			1			3	2	6				10	12	6	9	6
13	Deusto			5	7	6	1	1	20	sin datos							12
14	Europea		2	2					4	5	4	6	5	4	2	4	4
15	Málaga		5	5	5	5	4	1	25	sin datos							20
16	Elche			1	6	6	3	2	18		27	37	68	81	17	46	5
17	Navarra								0	sin datos							0
18	Comillas				8	6	5		19	sin datos							15
19	PúblicaNav	5	1	1	2	1	0	4	14	sin datos							4
20	Santiago				23	27	40		90			80	107	103		97	15
21	UPM		2	1	2	5	7	1	18	sin datos							6
22	UB		1	2	3	4	3	1	14			18	28	33	14	23	11

Medias

21

51

14

Total	9	28	61	105	126	119	1	2	460	70	106	330	526	616	39	168	7
-------	---	----	----	-----	-----	-----	---	---	-----	----	-----	-----	-----	-----	----	-----	---

Tabla e.17.



E.10.2. Tipología de las empresas creadas e índices de supervivencia

		Tipo de Empresa			Porcentaje de supervivencia		
		Base Tecn.	Innova-dora	Conven-cional	Pasado 1 año	Pasado 2 años	No hay datos
1	UAM	10	12	18	100,0%	90,0%	
2	Oviedo	2	2	2			X
3	Euskadi	12		6	100,0%	100,0%	
4	Jaume I	10		8			X
5	Salamanca	10					X
6	UPC	86	10				X
7	LaSalle	31					X
8	Girona	4	1		100,0%	100,0%	X
9	UNED	1	1				X
10	A Coruña						
11	UAB	6			100,0%	100,0%	
12	CarlosIII	3	3				X
13	Deusto	8	1	11			X
14	Europea			4	50,0%	50,0%	
15	Málaga	20	5				X
16	Elche	6	6	6			X
17	Navarra						
18	Comillas	5	10	4	100,0%		
19	PúblicaNavarra	4	10				X
20	Santiago	12		78	100,0%	100,0%	
21	UPM	18			100,0%	100,0%	
22	UB	14	0				X
Total		262	61	137			
% Total		59,3%	13,8%	31,0%			

Tabla e.18.

